



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



EXPERTISES

Retour d'expérience du pilote traçabilité habillement (2020-2022) coordonné par le DEFI

Dans le cadre du projet traçabilité
du Comité Stratégique
de Filière Mode & Luxe

Juin
2023



ALLIANCE DU COMMERCE



FÉDÉRATION
DE LA HAUTE COUTURE
ET DE LA MODE



REMERCIEMENTS

Les auteurs remercient les équipes des marques participantes pour leur implication, GS1 pour son accueil, Marina Coutelan pour son expertise, les solutions Retraced et Fairly Made ainsi que toutes les solutions auditionnées.

CITATION DE CE RAPPORT

Auteur(s) : CSF Mode & Luxe, DEFI, Fédérations, COSE361.

2023. Retour d'expérience du pilote traçabilité habillement (2020-2022) coordonné par le DEFI.
65 pages.

Cet ouvrage est disponible en ligne <https://bibliothèque.ademe.fr/>

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle (art. L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. Seules sont autorisées (art. 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé de copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, pédagogique ou d'information de l'oeuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 à L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.

Ce document est diffusé par l'ADEME

ADEME

20, avenue du Grésillé
BP 90 406 | 49004 Angers Cedex 01

Numéro de contrat : 2102D0039

Étude réalisée par CSF Mode & Luxe, DEFI, Fédérations, COSE361, pour ce projet financé par l'ADEME

Coordination technique - ADEME : LEGER Manon, AUTRET Erwan
Direction/Service : DEC/SER

SOMMAIRE

RÉSUMÉ	4
ABSTRACT	5
1. <i>Présentation générale du pilote</i>	6
1.1. Contexte et positionnement du projet	6
1.2. Objectifs généraux du projet	7
1.2.1. Objectifs scientifiques et techniques	7
1.2.2. Objectifs environnementaux	8
2. <i>Les étapes du pilote</i>	9
2.1. La gouvernance du projet	9
2.2. Présentation générale des étapes du pilote.....	10
2.3. Etape 1 : la définition des besoins	11
2.3.1. L'identification des besoins individuels des entreprises.....	12
2.3.2. La définition d'un consensus sur les besoins communs	14
2.3.3. La formalisation du cahier des charges	17
2.3.4. La validation du cahier des charges	23
2.4. Etape 2 : la sélection de la ou les solution(s) de traçabilité	26
2.4.1. La première vague d'auditions.....	26
2.4.2. La deuxième vague d'auditions	29
2.4.3. Notation des solutions et sélection finale	29
2.5. Etape 3 : Expérimentation des solutions sélectionnées	35
2.5.1. Sous-pilote 1.....	35
2.5.2. Sous-pilote 2	36
3. <i>Synthèse des pilotes</i>	38
3.1. Le bilan intermédiaire	38
3.2. Les bilans finaux	39
3.3. Les résultats consolidés du pilote	41
3.3.1. Le cadrage produit	41
3.3.2. La typologie des achats.....	42
3.3.3. Le nombre de fournisseurs directs impliqués dans le pilote	42
3.3.4. L'analyse de la performance du pilote	42
3.3.5. Le cas de l'upcycling.....	46
3.3.6. Analyse des solutions par rapport au cahier des charges	47
3.3.7. La traçabilité et les idées reçues.....	48
3.3.8. Les difficultés de mise en œuvre de la traçabilité	51
3.3.9. Les freins à la traçabilité	53
4. <i>Recommandations</i>	58
5. <i>Conclusions et perspectives</i>	60

RÉSUMÉ

Ce rapport présente le déroulement et les enseignements du pilote traçabilité mené entre 2020 et 2022 par la filière de l'habillement dans le cadre du projet traçabilité du Comité Stratégique de Filière Mode & Luxe. Le projet a été réalisé grâce au soutien du DEFI, plateforme de financement et de développement de la mode française, et de l'ADEME. Il a été porté par le DEFI et les Fédérations du secteur - Alliance du Commerce, Fédération de la Haute Couture et de la Mode, Promincor Lingerie Française, Union Française des Industries Mode & Habillement - et piloté par la société Cose361.

Le pilote habillement a permis de sélectionner 2 solutions de traçabilité sur 22 étudiées et de les expérimenter au sein de 13 entreprises diverses et représentatives de la filière en termes de segment de marché, de taille et d'expérience sur le sujet. L'objectif du projet était d'en tirer des enseignements pour accélérer le déploiement de la traçabilité au sein de la filière et aider les entreprises à répondre à la fois aux exigences de la réglementation et aux attentes des consommateurs.

Le pilote a notamment permis d'identifier les freins (méthodologiques, structurels et économiques) au déploiement de la traçabilité, chez les solutions comme chez les fournisseurs et les marques. Parmi eux, la multiplicité des solutions à tous les niveaux de la chaîne (du papier, à la solution packagée en passant par des tableaux Excel), les demandes diversifiées des donneurs d'ordre, la définition des données prioritaires qui doivent faire l'objet d'une traçabilité, entre exigences réglementaires et baisse opérationnelle de l'impact environnemental, l'absence de standardisation des données et les difficultés d'engagement de la chaîne de valeur en général, apparaissent comme des sujets clés à adresser pour la filière.

S'il n'existe pas à date de système répondant intégralement aux attentes des marques de mode, le marché évolue rapidement sous l'influence de la réglementation croissante et des progrès des solutions de traçabilité. Il sera important de rester attentifs à tous ces nouveaux développements.

ABSTRACT

This report presents the progress and lessons learned from the traceability pilot conducted between 2020 and 2022 by the French apparel industry as part of the Fashion & Luxury Industry Strategic Committee's traceability project. The project was carried out with the support of DEFI, a financing and development platform for French fashion, and ADEME. It was led by DEFI and the federations of the sector - Alliance du Commerce, Fédération de la Haute Couture et de la Mode, Promincor Lingerie Française, Union Française des Industries Mode & Habillement - and coordinated by the company Cose361.

As part of this pilot, 2 traceability solutions (out of 22 studied) were experimented within 13 diverse companies which are representative of the sector in terms of market segment, size and experience on the subject. The main objective of the project was to draw lessons to accelerate the deployment of traceability within the sector and help companies to meet both the requirements of the regulation and consumer expectations.

The pilot enabled the French apparel industry to identify the obstacles (methodological, structural, and economic) to the deployment of traceability, for solutions as well as for suppliers and brands. Among them, the multiplicity of solutions at all levels of the chain (from paper, to packaged solutions and excel tables), the diverse requests, the definition of priority data that must be traceable, between regulatory requirements and operational reduction of environmental impact, the lack of standardization of data and the difficulties of commitment in the value chain in general, appear as key subjects to address for the sector.

While there is no system that fully meets the expectations of fashion brands, the market is evolving rapidly under the influence of increasing regulations and advances in traceability solutions. It will be important to remain attentive to all these new developments.

1. Présentation générale du pilote

1.1. Contexte et positionnement du projet

Conscients que l'amélioration des impacts environnementaux et sociaux nécessite la maîtrise préalable de la traçabilité des chaînes d'approvisionnement, la filière Mode et Luxe et le ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté Industrielle et Numérique ont inscrit, dans le Contrat de filière Mode et Luxe (2019-2022) et son avenant (2021-2022), la traçabilité comme enjeu prioritaire pour la filière. Une première étape a consisté en la réalisation d'une étude du marché des solutions de traçabilité. Il a été décidé à la suite de cette étude de lancer 4 pilotes pour les filières habillement, chaussure, lin et textile.

Le DEFI et ses Fédérations sont déjà fortement investis sur les sujets Mode Durable, depuis plusieurs années notamment :

- Réalisation d'un proof of concept de traçabilité sur blockchain de 3 tandems d'entreprises : fabricant français / marque.
- Réalisation d'un guide sur les Approvisionnements Responsables, d'un guide pratique sur l'Écoconception et déclinaison, de ces 2 guides, en ateliers pratiques et interactifs avec les entreprises. Prochainement, le guide sera proposé sous format interactif.
- Financement des Cahiers de la Mode Durable de l'Alliance du Commerce.
- Soutien depuis leur création des Fashion Green Days.
- Financement de deux outils sur l'écoconception pour les événements de mode et les collections (FHCM)
- Financement de la plateforme Green pilotée par la Fédération Française du Prêt à Porter Féminin qui recense tous les acteurs qui peuvent aider les entreprises à engager une démarche durable.
- Financement d'un guide sur la communication responsable
- Mise au point d'une méthode d'affichage environnemental en collaboration avec toutes les Fédérations de l'habillement

Le DEFI informe régulièrement la filière au travers de son bulletin hebdomadaire des initiatives, solutions, startups intéressantes : <https://www.defimode.org/moderesponsable/>.

Le DEFI et les Fédérations ont travaillé conjointement pour susciter des candidatures d'entreprises pour participer au pilote traçabilité. Un webinar d'appel à candidatures a notamment été organisé à cet effet. Le DEFI a mobilisé sa base d'assujettis, tout en contactant, comme les Fédérations, des entreprises directement. Après une première vague de manifestations d'intérêts, les Fédérations ont vérifié auprès de chaque entreprise, leur motivation et leur capacité à participer au pilote. Après cette étape, plusieurs segments de marché n'étaient pas représentés et aucune petite et moyenne (PME) entreprise n'avait postulé. Ceci a conduit à de nouveaux échanges directs avec les entreprises qui ont permis d'arriver à cette liste finale. Le parti pris a été d'accepter un large échantillon d'entreprises pour obtenir des enseignements plus riches.

Une attention particulière a été portée à ce qu'elles représentent l'ensemble de la filière dans sa diversité de taille, de segments de marchés et de produits, avec des chaînes d'approvisionnement diverses, et de maturité sur le sujet de la traçabilité. Plusieurs entreprises avaient déjà expérimenté des solutions de traçabilité et ont fait part de leur échec. Certaines marques étaient déjà très investies dans la mode durable, d'autres commençaient leur transformation.

1.2. Objectifs généraux du projet

1.2.1. Objectifs scientifiques et techniques

Ce pilote habillement avait pour objectif de lever les verrous suivants rencontrés par les entreprises de la filière dans la mise en œuvre de la traçabilité :

- Comment améliorer la traçabilité au-delà des fournisseurs directs des entreprises pour répondre aux enjeux règlementaires et réduire l'impact environnemental et social des produits ?
- Comment organiser efficacement la collecte de données et le déploiement des solutions de traçabilité dans les entreprises, en fonction de leur niveau de maturité sur le sujet ?
- Comment assurer l'interopérabilité des solutions avec les différents fournisseurs et les marques ?
- Comment améliorer la gestion et l'exploitation des données collectées ?
- Et de manière générale, informer largement les entreprises des points clés incontournables quand elles auront à choisir une solution de traçabilité.

Face aux différents verrous et difficultés, le pilote habillement a donc poursuivi plusieurs objectifs scientifiques et techniques :

- **L'expérimentation d'une ou plusieurs solutions de traçabilité avec un panel représentatif d'entreprises de la Filière Mode & Luxe.** Les solutions ont été sélectionnées sur la base d'un cahier des charges travaillé collectivement à partir des besoins exprimés par les entreprises de la filière, et à partir d'une liste non exhaustive de solutions de traçabilité déjà pré-étudiées par le CSF.
- **L'identification des freins et des leviers dans la mise en œuvre des solutions de traçabilité, ainsi que l'expérimentation de méthodologies à cette fin.**
- **L'exploration de la problématique de la standardisation et de l'interopérabilité des données. Le développement d'indicateurs de performance** (e.g. indice de traçabilité) et de communication.

Les résultats attendus à l'issue du pilote consistaient en :

- Un bilan du pilote pour diffusion auprès des entreprises et des parties prenantes de la filière Mode et Luxe.
- Un guide méthodologique pour l'adoption de solutions de traçabilité par les entreprises de la filière Mode et Luxe française, incluant une analyse technico-économique.
- Des recommandations pour faciliter la mise en œuvre de la traçabilité, base de l'affichage environnemental.

1.2.1.1. Les objectifs socioéconomiques et réglementaires

Les conclusions socio-économiques de ce pilote traçabilité habillement sont de plusieurs types :

- **Les compétences nécessaires :** la mise en place de la traçabilité demande une expertise, en plus d'outils techniques. Le pilote permettra d'évaluer ce nouveau besoin en ressources humaines et nouveaux métiers.
- **Les impacts sur le marché et les business models :** le manque d'information a été identifié dans de récentes études comme le premier frein à la consommation de mode responsable¹. Le développement de la traçabilité, de l'affichage environnemental qui en dépend, et plus largement de la transparence sur les conditions de production, seront des avantages concurrentiels pour la filière et permettront de répondre aux évolutions règlementaires à venir en France et en Europe. Ce pilote traçabilité habillement aura donc un impact direct sur la position de marché de la filière Mode et Luxe française. À noter qu'aucune initiative filière de ce type n'existe pour le moment dans d'autres pays. Plus largement, le développement de la traçabilité conduira à une transformation profonde des modèles économiques et des relations à l'échelle de la filière, renforçant la collaboration entre ses différents maillons.

¹ Etude IFM-Première Vision (2019) sur la mode écoresponsable ([lien d'accès](#)).

- **L'impact sur le capital social** : la traçabilité et l'affichage environnemental sont des notions nouvelles dans la filière. L'un des principaux bénéfices du pilote traçabilité habillement sera de faire monter en compétence le personnel des entreprises pilotes sur ces enjeux.
- **La représentation sociale de la filière Mode et Luxe** : du fait de son pouvoir d'influence, la filière a une responsabilité, notamment face aux attentes citoyennes. Ce pilote permettra d'y répondre grâce à une transparence, à minima, sur l'origine et sur l'impact environnemental des produits, et ce, de manière harmonisée entre plusieurs entreprises du secteur.

1.2.2. Objectifs environnementaux

Les objectifs environnementaux du pilote traçabilité habillement ne sont pas des objectifs « directs » mais des objectifs « indirects » bien qu'absolument incontournables.

La mesure des impacts environnementaux des produits est conditionnée à la maîtrise des « données d'activité » aussi appelées « données primaires » qui couvrent un spectre très large (e.g. connaissance de l'origine, des types de procédés et technologies associées, des intrants, des modes de transport...). Or, du fait de la mondialisation, les chaînes de valeur dans la filière textile-habillement sont extrêmement fragmentées, avec une multitude d'acteurs impliqués et dispersés à l'échelle mondiale.

Il en résulte, pour les marques, une très faible connaissance des différentes étapes de leurs produits, au-delà de leurs fournisseurs directs qui se double d'une méconnaissance encore plus grande des données techniques associées.

Ce manque de traçabilité empêche de mesurer de manière fiable les impacts environnementaux et sociaux des produits, et donc de les réduire. Aussi, la traçabilité de données stratégiques est une étape essentielle pour permettre de réduire effectivement les impacts environnementaux. La réalisation d'affichages d'impacts environnementaux calculés principalement à partir de données génériques soulève aujourd'hui d'importantes questions de fiabilité et d'exactitude. De tels affichages peuvent favoriser les mauvais élèves, tromper les consommateurs et aboutir à des condamnations pour allégations mensongères. Par conséquent, en facilitant et en fiabilisant la collecte de données, le pilote traçabilité a vocation à donner les moyens aux marques d'agir dans une première étape pour mettre en place une politique efficace d'éco-conception. L'affichage environnemental qui en découlera, pourra être financièrement et techniquement accessible tout en reflétant la réalité.

2. Les étapes du pilote

2.1. La gouvernance du projet

Le pilote traçabilité habillement a reposé sur la collaboration de 4 principales parties prenantes :

- **Le coordinateur du pilote : le DEFI**

Le DEFI est une plateforme originale de financement et de développement des entreprises de mode et de l'habillement françaises. Il a une mission d'intérêt général confiée par la loi. Il finance, anime et promeut des actions concrètes dédiées à la croissance des entreprises et de la filière, à l'émergence d'une mode responsable, à la stimulation de l'innovation numérique et technologique, à la promotion de la fabrication et des savoir-faire français et au développement de l'image de la France dans ce secteur. En lien avec l'ensemble des Fédérations professionnelles, le DEFI permet une solidarité unique entre petites et grandes entreprises et un lieu de débat stratégique sur les sujets transversaux essentiels au secteur en France comme dans le monde. Il est au cœur de l'écosystème de mode. Le DEFI et les Fédérations ont une connaissance fine des entreprises de leur secteur, dans une vision 360° des transformations profondes qui affectent l'industrie de la mode. Ils apportent également une vision internationale. Ils entretiennent une relation de confiance et partenariale de longue date.

- **L'animateur technique : COSE361**

COSE361 exerce une activité de conseil, de formation et de management de projets durables pour la filière Textile, Mode et Luxe. L'une de ses expertises est la mise en place de la traçabilité, du diagnostic au déploiement du pilote. Ce partenaire a déjà réalisé la précédente étape du projet traçabilité du CSF Mode et Luxe qui a consisté en l'étude de marché de solutions de traçabilité, à travers le pilotage d'un groupe de travail dédié composé de 19 parties prenantes de la filière (marques, industriels et institutionnels). De plus, COSE361 assure aussi un rôle de représentant des positions du CSF dans les travaux internationaux sur le standard de traçabilité de l'UNECE-UN/CEFACT.

- **Les 13 entreprises pilotes**

Les 13 entreprises pilotes représentent différents segments de marché, tailles et niveaux de maturité sur la traçabilité. Ces entreprises ont expérimenté de façon volontaire et collective les solutions de traçabilité sélectionnées. A ce titre, leurs dirigeants avaient la volonté d'avancer de manière collective sur l'enjeu de la traçabilité. Elles ont ainsi apporté leur expertise industrielle. Les entreprises ont également mis à disposition une équipe projet interne dédiée au pilote.

Tableau 1 - Liste des entreprises participantes

ENTREPRISE	TAILLE ENTREPRISE	SEGMENT DE MARCHÉ	MARCHÉ	TYOLOGIE ENTREPRISE
GALERIE LAFAYETTE	ETI	PREMIUM	PAP	MARQUE
KIABI	ETI	MASS MARKET	PAP	MARQUE
OKAIDI	ETI	MASS MARKET	PAP	MARQUE
DEVRED	ETI	MASS MARKET	PAP	MARQUE
CHANTELLE	ETI	PREMIUM	LINGERIE	MARQUE
ISABEL MARANT	ETI	LUXE	PAP	MARQUE
TAPE A L'CEIL	ETI	MASS MARKET	PAP	MARQUE
SEZANE	ETI	PREMIUM	PAP	MARQUE
AMI	PME	LUXE	PAP	MARQUE

SLIP FRANÇAIS	PME	PREMIUM	SOUS-VETEMENT	MARQUE
MARINE SERRE	PME	LUXE	PAP	MARQUE
CREATION & IMAGE	PME	PREMIUM	VETEMENT DE TRAVAIL	INDUSTRIEL
IDANO	PME	PREMIUM	PAP	MARQUE/INDUSTRIEL

- **Les solutions de traçabilité**

Les solutions de traçabilité retenues à l'issue du processus de sélection collectif (décrit ci-après dans le présent rapport) ont permis d'expérimenter opérationnellement les besoins de traçabilité des entreprises pilotes.

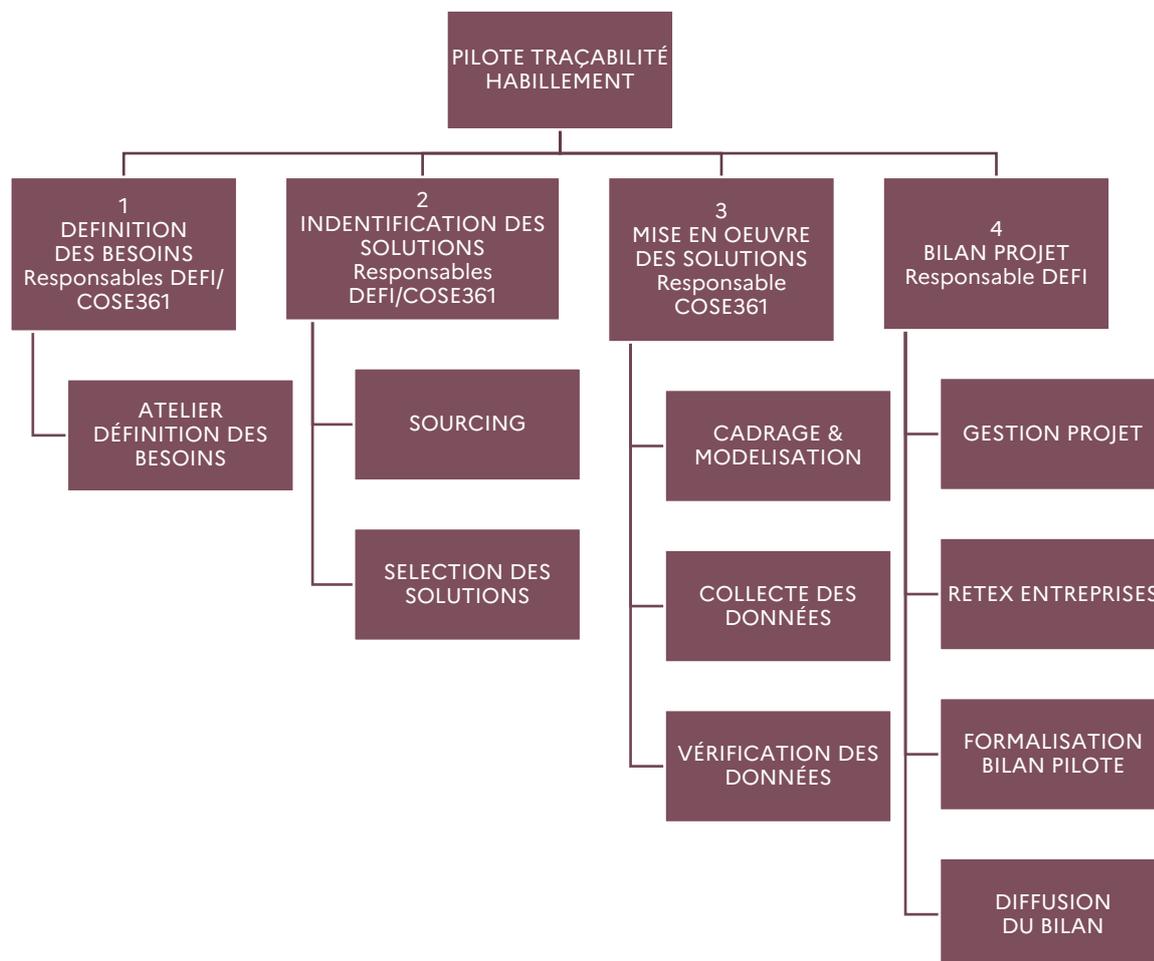
2.2. Présentation générale des étapes du pilote

Tableau 2 - Étapes du pilote

ETAPES	DETAIL
DEFINITION DES BESOINS	ATELIERS DEFINITIONS BESOINS
	CONSTRUCTION & VALIDATION CDC
IDENTIFICATION DES SOLUTIONS	SOURCING
	APPEL D'OFFRE
	SELECTION
MISE EN ŒUVRE DES SOLUTIONS	MODELISATION
	ONBOARDING / EMBARQUEMENT
	COLLECTE
	VERIFICATION
BILAN PROJET	

Le pilote habillage s'est déroulé en 4 grandes étapes, chacune composée de sous-étapes, représentées ci-dessous :

Tableau 3 - Étapes et sous-étapes du pilote



2.3. Etape 1 : la définition des besoins

Cette première étape avait pour objectif d'identifier les besoins communs des entreprises en matière de traçabilité pour cadrer le pilote en conséquence.

Trois sous-objectifs ont été identifiés :

- **L'identification des attentes individuelles** de chacune des entreprises pour cerner l'ensemble de leurs besoins en matière de traçabilité. Il s'agissait également de mettre en place les bases d'une compréhension mutuelle des entreprises sur le sujet de la traçabilité en général et sur les objectifs du pilote en particulier.
- **La définition d'un consensus sur les besoins communs** aux entreprises en matière de traçabilité.
- **L'intégration de ces besoins dans un cahier des charges (CDC)** à destination des solutions de traçabilité.

Cette première étape s'est déroulée en quatre sous-étapes :

1. **L'identification des besoins individuels des entreprises** et la mise en place d'une compréhension commune sur la traçabilité et les objectifs du pilote.
2. La collecte des besoins.
3. La formalisation du CDC
4. La validation du CDC par les entreprises.

Ces sous-étapes ont été organisées sur 4 journées par l'animateur technique COSE 361 avec les chefs de projet de chaque entreprise du pilote, sous la supervision constante du DEFI, porteur du pilote, et avec la participation des Fédérations professionnelles. Pour chacune de ces journées, des sessions de préparation et de débriefing ont été réalisées par l'animateur technique, le DEFI et les Fédérations professionnelles.

2.3.1. L'identification des besoins individuels des entreprises

Cette sous-étape initiale a fait l'objet d'une première journée de travail en présentiel qui s'est déroulée comme suit :

- **Une présentation générale du projet traçabilité** du CSF Mode & Luxe a été réalisée par le DEFI et par l'animateur technique COSE 361 avec des interventions des Fédérations professionnelles.
- **Une présentation des entreprises suivie d'un échange sur leurs visions et leurs expériences sur la traçabilité.** A ce titre, elles ont chacune présenté leur entreprise et ont fait part de leur avancement sur le sujet, de leurs projets initiés sur la traçabilité, des difficultés rencontrées, de leurs besoins et de leurs objectifs en la matière. Cette partie s'est traduite par des témoignages et un brainstorming à l'aide de l'outil collaboratif numérique Klaxoon, pour formaliser les difficultés, les freins, les besoins et les objectifs de chacune, et prioriser ces derniers à l'aide d'un système de vote.
- **Une formation aux principes et concepts clés de la traçabilité** a été réalisée par l'animateur technique COSE 361 à travers une présentation dédiée.
- **Une présentation du planning du pilote** a également été faite par l'animateur technique COSE 361, le DEFI et les Fédérations professionnelles.

A la suite de cette journée, les premiers retours des entreprises ont été synthétisés et classés comme ci-après dans un fichier Excel dédié pour faciliter leur analyse.

Les informations générales sur l'entreprise

Leur niveau de traçabilité à partir de leur réponse à chacune des questions ci-dessous :

- Tracez-vous vos produits et si oui, jusqu'où ? Seulement 6 entreprises étaient en mesure de répondre à la question. Quatre entreprises ont déclaré tracer les matières jusqu'au rang 2 et deux jusqu'au rang 3².
- Avez-vous déjà testé un pilote traçabilité ? Cela a été le cas pour 38 % des entreprises.
- Quelles sont les matières premières majoritaires que vous utilisez ? 8 ont répondu sur 13 et sur ces 8 entreprises, 50 % a déclaré utiliser majoritairement du coton, 25 % n'utilise pas de matière première majoritaire, le reste est réparti entre les fibres synthétiques, naturelles ou recyclées.

Leurs difficultés et freins dans la mise en œuvre de la traçabilité ont été synthétisés comme ci-après à la suite des ateliers sur l'outil Klaxoon :

- L'accès à l'information
- La collecte des données qui est chronophage et coûteuse
- La confidentialité des données
- L'engagement des parties prenantes
- La fiabilité et la vérification des données
- La standardisation et la qualité des données
- La gestion des données
- La gestion du changement en interne, notamment avec les équipes créatives

Également leurs besoins en matière de traçabilité :

- Être en mesure d'anticiper le risque réputationnel
- Être en mesure d'anticiper les réglementations à venir
- Pouvoir mieux communiquer auprès des clients
- Être en mesure d'identifier les solutions robustes de traçabilité
- Améliorer la gestion des données en interne
- Clarifier les garanties des certifications
- Échanger avec les autres entreprises pour identifier les bonnes pratiques

Leurs attentes dans le cadre de ce pilote ont également été formalisées comme ci-après à la suite des ateliers sur l'outil Klaxoon :

- Retracer l'origine jusqu'à la matière première
- Retracer le produit jusqu'à la fin de vie

² Le rang 1 correspond à la confection, le rang 2 correspond au tissage/tricotage, le rang 3 correspond à la filature et le rang 4 correspond à la fibre.

- Identifier et auditer les fournisseurs
- Permettre l’affichage environnemental
- Passer sur une solution de traçabilité digitale
- Mettre en place une communication fiable et cohérente auprès des clients

Il convient de souligner que toutes les entreprises, qu’elles soient expertes ou pas, ont exprimé les mêmes difficultés pour une mise en place efficace d’un système de traçabilité. Même les entreprises qui ont démarré de tels projets depuis plusieurs années, font un constat de résultats décevants et de processus très lourds. Le sujet est clairement complexe.

2.3.2. La définition d’un consensus sur les besoins communs

Cette deuxième journée visait à préciser les besoins de chacune des entreprises et à établir une cartographie des besoins communs. La journée s’est déroulée selon le planning suivant avec des ateliers collaboratifs animés par DEFI et COSE 361. Un outil numérique – Klaxoon - a été utilisé, mélangeant brainstorming avec analyse et priorisation des retours des entreprises :

- Un point sur l’avancement des autres pilotes du projet traçabilité du CSF Mode & Luxe
- Une synthèse des échanges et ateliers de la première journée
- De nouveaux ateliers pour la définition des besoins communs :
 - Atelier n° 1 sur la définition et la priorisation des objectifs du pilote
 - Atelier n° 2 sur les allégations prioritaires
 - Atelier n° 3 sur le périmètre de traçabilité du pilote
 - Atelier n° 4 sur les fonctionnalités attendues de la solution de traçabilité
- Une présentation des prochaines étapes du pilote

Chaque atelier est détaillé ci-après avec ses résultats.

• Atelier n°1 sur la définition et la priorisation des objectifs du pilote

Cet atelier visait à formaliser plus précisément les objectifs individuels de chaque entreprise en matière de traçabilité, de les partager, de les prioriser pour faire émerger des objectifs communs. À l’aide de l’outil numérique Klaxoon, cet atelier s’est déroulé en trois temps :

- Les entreprises étaient invitées à proposer des objectifs individuels.
- Ces objectifs étaient partagés au groupe et reformulés par l’animateur technique COSE 361.
- Les entreprises étaient amenées à prioriser ces objectifs grâce à un système de vote sur l’outil.

Cet atelier a abouti aux objectifs suivants classés par ordre de priorité par les entreprises :

- 1 - Travailler sur la gestion des données de traçabilité
- 2 - Étudier les différents outils et logiciels de traçabilité
- 3 - Remonter les données de traçabilité
- 4 - Écrire une stratégie de traçabilité
- 5 - Partager les retours d’expérience sur la traçabilité
- 5 (à égalité) - Travailler sur l’affichage environnemental
- 6 - Travailler sur la communication
- 6 (à égalité) – Être en conformité avec la réglementation

Cet atelier a également permis de définir avec les entreprises ce qui ne relevait pas du pilote et ne serait donc pas traité.

- **Atelier n°2 sur les allégations prioritaires**

Ce deuxième atelier avait pour objectif de définir les besoins de données à collecter pour le pilote, à partir des allégations prioritaires recherchées par les entreprises. A ce titre, l'animateur technique COSE 361 a présenté les différents besoins en matière de traçabilité :

- **Besoin interne** : la gestion & le management de la performance de l'entreprise & de sa chaîne de valeur.
- **Besoin externe** : la réalisation d'une allégation.

La notion d'allégation a été définie sur la base des standards de l'UNECE-UN/CEFACT.

Les entreprises ont ensuite été invitées à lister de manière non-exhaustive les allégations qu'elles souhaitent étayer en priorité à l'occasion de ce pilote. Chaque allégation devait alors être construite de la manière suivante, selon les standards précédemment cités :

- L'objectif de l'allégation
- L'allégation portée
- L'actif traçable
- Le critère de vérification

Les allégations ont alors été classées par thématique et les entreprises ont été invitées à voter en faveur des allégations les plus importantes afin de définir les besoins de données pour le pilote.

Ci-dessous la synthèse des allégations qui sont ressorties à l'occasion de l'atelier (intervenu avant la publication du décret n°2022-748 du 29 avril 2022) présentées par thématique et par ordre de priorité à la suite des votes des entreprises.

- N°1 : L'origine des produits et des matières
Allégation : Garantir la transparence de la production
Objectif : Suivre l'origine des produits
Actif : Matière première
Vérification : Déclaratif + certificat d'origine
- N°2 : La santé et sécurité des consommateurs
Allégation portée : Les produits ne contiennent pas « telle » substance chimique
Objectif : rassurer le client sur la sécurité du produit
Actif traçable : produit, usine
Vérification : tests produits et audits environnementaux des usines
Allégation portée : produit sans substance nocive
Objectif : innocuité des produits pour les clients et les travailleurs
Actif traçable : produit
Vérification : certification Oeko-Tex ou GOTS des étapes de transformation
- N°3 : Les droits de l'homme
Allégation portée : Le respect des conditions de travail
Objectif : respect des droits humains dans la chaîne d'approvisionnement
Actif traçable : produit
Vérification : audits sociaux + pays/région de production (jusqu'à la matière première)
- N°4 : L'impact environnemental

Allégation : impact environnemental (carbone, ou plus de critères)

Objectif : mesurer l'impact environnemental, en priorité carbone des produits (pour communiquer + anticiper la future réglementation sur l'affichage environnemental)

Actif traçable : produit fini

Vérification : calcul d'impact environnemental produit + revue critique

Les objectifs ci-dessous également ressortis à l'occasion de l'atelier :

La communication RSE de l'entreprise

L'éco-conception

La cartographie des données

La circularité

La durabilité

• **Atelier n°3 sur le périmètre de la traçabilité du pilote**

Compte tenu de la forte variabilité du degré de connaissance des entreprises de leur chaîne de valeur, la définition d'un périmètre commun de traçabilité était essentielle. Il convient de souligner que les petites entreprises, les PME et les ETI ont des difficultés importantes pour obtenir les informations nécessaires car leurs commandes représentent une faible proportion de chiffre d'affaires pour les sous-traitants.

Ce troisième atelier s'est déroulé de la façon suivante :

- **Une définition standardisée de la notion de périmètre de la traçabilité** a été partagée : de la production de fibre jusqu'à la fin de vie produit.
- **Une discussion a eu lieu sur ce périmètre minimum** du pilote entre les entreprises notamment par rapport aux potentielles évolutions réglementaires annoncées à cette date.
- **Chaque entreprise a ensuite été invitée à voter** sur le périmètre minimum souhaité pour ce pilote.

Il est ressorti de cet atelier le choix d'aller jusqu'au rang 4 avec la donnée pays d'origine pour anticiper et être en conformité avec l'article 13 de la loi AGECE, même si l'ensemble des participants étaient conscients des difficultés de remonter jusqu'à ce rang (N.B. le décret d'application n'avait pas encore été officiellement publié à cette date). Par la suite, le décret d'application de l'article 13 a été publié demandant d'afficher le pays d'origine des différentes étapes du produit :

- Confection (Rang 1)
- Teinture / Impression (Rang 1 ou 2)
- Tissage (Rang 2)

Ces exigences réglementaires ont été intégrées et le périmètre minimum a été défini jusqu'au rang 3.

• **Atelier n°4 sur les fonctionnalités attendues de la solution de traçabilité**

Ce dernier atelier avait pour objectif de définir les fonctionnalités idéales d'une solution de traçabilité pour les entreprises. Il s'agissait également de faire ressortir une position commune et harmonisée entre les acteurs du pilote sur communication autour des informations collectées grâce à la traçabilité.

Des fonctionnalités « type » des solutions de traçabilité ont été présentées aux entreprises par l'animateur technique COSE361 catégorisées entre :

- Les fonctionnalités considérées comme « basiques » : la collecte des données et leur restitution
- Les fonctionnalités considérées comme « avancées » :
 - La cartographie

- o La vérification
- o Le management de la performance
- o Des outils de business intelligence (BI)
- o Le calcul d'impact environnemental
- o La communication

À la suite de cette présentation, les entreprises ont été invitées à soumettre les différentes fonctionnalités attendues d'une solution de traçabilité sur l'outil numérique Klaxoon. Un très grand nombre de fonctionnalités a été mis en avant par les entreprises qui ont été synthétisées comme ci-dessous :

- Échange de données
- Automatisation
- Standardisation
- Reporting et BI
- Vérification
- Expérience utilisateur
- Supply chain management
- Accompagnement
- Calcul d'impact environnemental
- Communication

Les entreprises ont enfin été invitées à voter pour prioriser les principales fonctionnalités attendues.

2.3.3. La formalisation du cahier des charges

À partir de cette étape, l'animateur technique COSE361 a proposé au porteur du pilote, le DEFI, ainsi qu'aux Fédérations professionnelles et aux entreprises d'inviter GS1 à prendre part à cette expérimentation pour qu'il puisse s'approprier les problématiques de la filière en matière de standardisation. En effet, favoriser l'interopérabilité entre les systèmes d'information pour faciliter les échanges de données et la mise en œuvre de la traçabilité est un élément clé pour permettre de récupérer les données tout au long de la chaîne de valeur. .
A ce titre, la participation de GS1 avait pour objectif :

- D'assister aux étapes d'identification du besoin des entreprises et des solutions de traçabilité
- D'analyser le niveau actuel de conformité des solutions de traçabilité avec :
 - o Les standards GS1 utilisés dans la mode et la distribution
 - o Le standard de traçabilité de l'UNECE-UN/CEFACT

Cette troisième journée avait pour objectifs :

- **D'avancer sur la partie opérationnelle du CDC du pilote** en ce sens de formaliser les consensus sur les objectifs, les cas d'usage couverts, le périmètre et les contraintes, ainsi que les fonctionnalités attendues.
- **De travailler sur la gouvernance du pilote** : en finalisant le Memorandum d'Accord de Coopération (MAC) et en échangeant sur le financement du pilote.
- D'établir le planning.

Cette journée s'est déroulée comme suit :

- **Un point d'actualité** a été fait sur l'actualité réglementaire et l'avancement des autres pilotes traçabilité du CSF Mode & Luxe.
- **Une présentation de GS1** sur leurs missions et leurs activités.
- **Des analyses d'études consommateurs sur la transparence** ont été présentées pour mettre en évidence ce qu'il ressort des attentes des consommateurs.
- **Un premier atelier « validation de la définition des besoins communs »** a été réalisé par le pilote DEFI et l'animateur technique COSE361 à travers la validation de la synthèse des résultats des précédents ateliers sur les éléments suivants pour la définition du CDC du pilote :

- o Les objectifs du pilote
 - o Les principaux cas d'usage poursuivis
 - o Les principales allégations recherchées
 - o Les principales fonctionnalités attendues de la ou les solution(s) de traçabilité
 - o Les principales contraintes des entreprises dans la mise en œuvre de la traçabilité
- Un deuxième atelier cadrage produit a été mené.
 - Un point sur la gouvernance du pilote.

Les enseignements des analyses d'études consommateurs ainsi que les résultats des ateliers sont détaillés dans les paragraphes suivants.

- **Analyses des études consommateurs sur la transparence**

A la demande des entreprises, cette partie de la journée visait à faire un état des lieux des attentes des consommateurs en matière de transparence quant aux enjeux environnementaux et sociaux dans l'industrie pour faciliter et renforcer la priorisation des données à collecter pour le pilote.

A ce titre, deux analyses d'études consommateurs ont été partagées aux entreprises :

- Une présentation de la doctorante Pantxika Ospital, menant une thèse CIFRE au sein de la société Belharra Numérique, de l'étude menée en magasin et sur les sites internet d'un panel d'entreprises et de produits sur les informations communiquées (Masson et al. 2022)³
- Une présentation de la doctorante Joséphine Riemens, menant une thèse CIFRE au sein de la Fédération de la Haute Couture et de la Mode (FHCM), sur l'analyse des principales études consommateurs réalisées dans l'industrie entre 2019 et 2021.

Il est ressorti de ces présentations et des échanges **une forte variabilité des résultats des études sur les attentes des consommateurs quant à la transparence des marques**, rendant difficile une priorisation claire des informations attendues par ceux-ci et à intégrer dans la collecte de données. Néanmoins, **ces études sont unanimes sur le fait que les consommateurs expriment une forte demande d'informations et de transparence vis-à-vis des marques sur les produits** qu'elles commercialisent. Toutefois, il est à noter que les consommateurs peuvent aussi avoir des actes en contradiction avec leurs déclarations comme le prouve la montée puissante d'acteurs comme Shein. Il a également été mis en avant l'interrogation quant à la crédibilité des marques comme source d'information fiable. Ceci valide l'importance de la mise en place de solutions de traçabilité. La question de la vérification des données, notamment par une tierce partie, sera également un volet essentiel. Ces réflexions ont ouvert le débat plus généralement sur le niveau de transparence des informations collectées grâce à la traçabilité.

La priorité du pilote a été validée : tester des solutions de traçabilité avant d'envisager la communication auprès des consommateurs qui fera l'objet d'une réflexion ultérieure.

- **Atelier sur la validation de la définition des besoins communs**

Ce premier atelier à l'occasion de la troisième réunion visait à obtenir un consensus des entreprises, à la suite des résultats des précédents ateliers collaboratifs, sur la définition des allégations et des fonctionnalités des solutions de traçabilité prioritaires.

La synthèse des résultats des précédents ateliers a été présentée aux entreprises pour validation.

³ Masson, D.H. ; Beler, C. ; Legardeur, J. ; Ospital, P. (2021) Traceability Information to Communicate to Consumer in Total Transparency. Global Fashion Conference 2021, Oct 2021, Warsaw, Poland. hal-03462333 ([lien d'accès](#)).

Les objectifs

- Étudier le besoin des entreprises en termes de traçabilité
- Tester avec des entreprises de la filière habillement la mise en place de solutions de traçabilité digitale
- Tirer des enseignements pour faciliter et accélérer la mise en œuvre de la traçabilité par les entreprises de la filière Mode & Luxe
- Accompagner la recherche et la collecte des données des entreprises

Des objectifs secondaires ont également été mis en avant par les entreprises :

- Aider à l'écriture d'une stratégie de traçabilité
- Partager les retours d'expérience sur la traçabilité entre les entreprises du pilote. Toutes les entreprises qu'elles aient expérimenté ou pas ont exprimé ce souhait de partage tellement la traçabilité reste un sujet complexe.
- Permettre une politique d'éco-conception et constituer une base fiable pour un affichage environnemental futur

Les cas d'usage

- Origine matière première : 100 % des votes
- Réduire l'impact : 82 % des votes
- Gestion des risques sociaux : 78 % des votes
- Communication sur la chaîne d'approvisionnement : 71 % des votes
- Suivre la réglementation : 68 % des votes
- Rassurer les clients : 61 % des votes
- Garantir la sécurité des consommateurs via l'innocuité produit : 50 % des votes
- Travailler la circularité : 32 % des votes

Les allégations

Les allégations ont été classées en trois catégories pour faciliter leur analyse :

Les allégations obligatoires : mentions imposées par la réglementation (e.g. décret d'application de l'article 13 de la loi AGEC) :

- L'origine

Les allégations communes : allégations qui sont ressorties communes à toutes entreprises du pilote.

- L'impact environnemental réduit
- Les produits sains pour la santé humaine
- Les matières responsables
- Les conditions de travail décentes

Les allégations spécifiques : allégations supplémentaires spécifiques à chaque entreprise et qui lui sont donc propres.

- Initiatives circulaires
- Communication RSE

Les fonctionnalités

La collecte des données et son automatisation : la solution cible doit permettre une collecte automatisée et aisée des données auprès des différents acteurs dans la chaîne de valeur. Cette collecte de données doit notamment prendre en charge :

- L'envoi et la réception automatique de questionnaires auprès des fournisseurs.
- La reconnaissance textuelle de documents pour automatiser l'intégration des données dans la solution.
- Le management de la chaîne de valeur grâce à l'automatisation des relances sur les dates de validité des certificats ou encore via des alertes automatiques sur des données manquantes ou bloquantes.

La vérification automatique des données : la ou les solutions de traçabilité doivent être capables d'effectuer une première vérification des données de manière paramétrable et automatique. La vérification doit notamment permettre de détecter :

- Les erreurs de saisies
- Les erreurs d'incohérence
- Une première vérification automatique des certificats (matières, produits, organisation)
- La vérification de données spécifiques par rapport à des objectifs cibles

L'échange de données : la ou les solutions retenues doivent faciliter les échanges de données entre toutes les entreprises dans la chaîne de valeur notamment grâce :

- La facilité d'intégration des données internes et externes
- La capacité d'import et d'export des données dans la solution (csv, xlsx, etc.)
- La facilité d'intégration avec les systèmes d'information internes (e.g. PLM et ERP)
- La mise en place d'Interfaces de Programmation d'Application (API) avec les bases de données communes environnementales et sociales dans l'industrie (e.g. ICS, BSCI, SMETA, Higg, etc.)
- L'intégration d'un système de Business Intelligence (BI)

L'expérience utilisateur : la ou les solutions doivent garantir une utilisation intuitive et accessible pour les entreprises notamment par :

- La disponibilité de la solution en plusieurs langues (minimum français et anglais, si possible mandarin).
- La mise en place d'une ergonomie pour les utilisateurs.
- La mise à disposition d'un accompagnement des fournisseurs pour l'utilisation de la solution.

L'analyse et le reporting : la ou les solutions de traçabilité doivent proposer des formats de reporting « standards » ainsi que la possibilité pour les utilisateurs de créer leur propre système de reporting (e.g. tableau de bord personnalisable) et de créer des indicateurs propres. L'analyse et le reporting doivent pouvoir être réalisés en temps réel grâce à des tableaux de bord synthétisant l'état d'avancement des différents projets. La possibilité de noter la fiabilité des informations serait un plus.

La gestion et la visualisation de la traçabilité : la ou les solutions doivent permettre à chaque utilisateur de gérer sa traçabilité : renseignement, vérification, partage des données. Chaque interface utilisateur doit être adaptée à ce dernier (langue, statut, responsabilité, ...). La ou les solutions doivent également être en mesure de rendre compte visuellement de la traçabilité du

produit et de ses composants à l'utilisateur, et ce en temps réel. L'objectif est de fournir une traçabilité dynamique et au niveau de granularité adapté à chaque utilisateur.

L'accompagnement : la présence d'un accompagnement adapté aux différents types et langages des utilisateurs est attendu, notamment grâce à l'engagement des partie-prenantes, la mise à disposition d'aides à la collecte, d'une hotline ou encore la mise en place de bilans par exemple.

Les formats des données : la ou les solution(s) de traçabilité testée(s) doivent être capables de collecter des données sous plusieurs formats allant de la photo, du scan de documents jusqu'aux formats standardisés internationaux (EPCIS, etc.).

Le marquage : la ou les solution(s) de traçabilité testée(s) doivent être capables de proposer une solution de marquage physique des produits ou des composants qualitative et adaptée aux usages textiles afin de « lier » la traçabilité digitale à la traçabilité physique des produits cibles.

La plateforme de communication : l'un des objectifs des entreprises pilotes était de communiquer la traçabilité et d'autres informations à leurs clients. La ou les solution(s) de traçabilité testée(s) doivent proposer au choix leurs propres plateformes de communication ou la mise à disposition des données pour la communication. Les éléments à communiquer sont (liste non exhaustive) :

- L'origine des produits tout au long de la chaîne de valeur.
- Les allégations sur les produits : qualité, social, environnemental, etc.

Le format de communication ainsi que les supports doivent être simples, clairs, accessibles pour les consommateurs et doivent être proposés par la ou les solution(s) puis revus par le groupe pilote.

Point de vigilance

Au regard de la multitude des fonctionnalités attendues, un point de vigilance a été signalé par certaines entreprises quant à la nécessité de se focaliser en priorité sur la collecte de données de la ou les solution(s) de traçabilité, qui est le préalable pour l'exploitation et le reporting des informations par la suite.

Les contraintes

Les principaux freins rencontrés par les entreprises ont été synthétisés afin de les mettre également en évidence dans le CDC final du pilote.

- L'accès à l'information : comment remonter les informations, notamment sur les filières qui utilisent du coton face à la difficulté d'accéder à des informations avant la filature.
- La fiabilité des données : comment vérifier que les informations renseignées sont exactes.
- La gestion des données : trop de données rend difficile leur exploitation.
- Les outils : le panel des outils de traçabilité existants étant très large, les entreprises ont besoin d'aide pour y voir plus clair.
- La confidentialité et l'engagement des partie-prenantes.

À la suite de ce premier constat, il a été proposé en comité de pilotage d'organiser une session « inter pilotes » qui regrouperait les 4 pilotes du CSF et qui aurait notamment pour objectif de partager sous forme d'ateliers collaboratifs des enseignements, des bonnes pratiques. . L'ensemble des entreprises a exprimé unanimement son intérêt pour une telle session. En effet, le sujet de la traçabilité est perçu comme complexe par toutes les entreprises.

- **Atelier sur la définition du cadrage produit**

Cet atelier visait à définir un cadrage des références produit sélectionnées pour le pilote qui soit représentatif pour chacune des entreprises et réalisable. Un atelier préparatoire a ainsi été réalisé à l'occasion de cette troisième réunion pour initier la réflexion au sein de chaque entreprise. L'animation de cet atelier a été menée de façon collective par l'animateur technique COSE361 mais chaque entreprise a travaillé sur un espace privé sur l'outil numérique Klaxoon, afin de garantir la confidentialité des informations vis-à-vis des autres entreprises du pilote. L'objectif de cet atelier était pour les entreprises d'établir individuellement la sélection des références produit pour le pilote et de définir à ce titre les éléments ci-dessous :

- **Les allégations recherchées** : à partir des trois types d'allégations identifiées (réglementaires, communes et spécifiques).
- La ou les famille(s) de produit(s) visées
- La ou les référence(s) produit sélectionnées

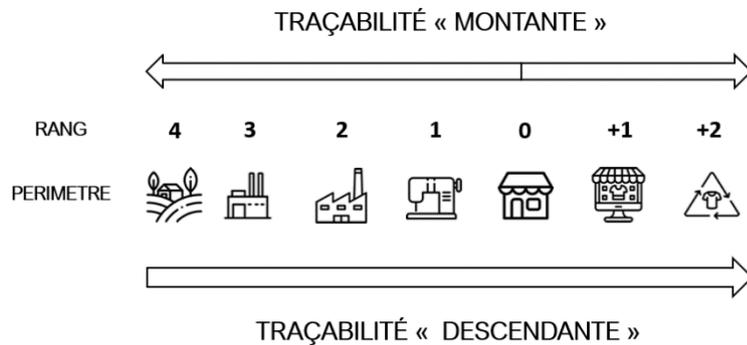
Il a été défini que les entreprises pouvaient sélectionner 5 références produit maximum

Afin d'aider les entreprises dans le choix des produits les plus représentatifs de leur offre pour ce pilote, des points de réflexion ont été mis en place de façon individuelle avec chacune pour échanger sur les éléments suivants de leur cadrage produit :

- **La ou les allégation(s) visée(s)**
- **La ou les filière(s) de matière première représentée(s)**
- **La représentativité des produits sélectionnés par rapport à l'offre de l'entreprise** (en termes de CA, de volume de production ou encore de collectionning)
- **L'indice de traçabilité à date** évalué par les entreprises pour chacune des références sélectionnées quant au niveau de connaissance des rangs dans la chaîne de valeur (découpsés entre la matière première, le fil, le tissu, et la confection)
- **La valeur ajoutée des références produit sélectionnées** (e.g. certification biologique ...)
- **La zone géographique d'approvisionnement**
- **La période de vente**
- **Le niveau d'engagement** actuel de la chaîne de valeur (évalué selon : facile, médium ou difficile). Il est à noter que ce point est particulièrement délicat car les sous-traitants, même engagés, peuvent se trouver dans des situations complexes à gérer par la multiplicité des demandes qui peuvent leur être adressées (données et formats différents).

Cette définition du cadrage produit s'est poursuivie sur plusieurs semaines de travail à la suite de cet atelier. Les entreprises ont revu plusieurs fois leur cadrage et ce pour deux raisons principales : les entreprises ont gagné en maturité à la suite de l'étape d'identification de la solution et le lancement opérationnel du pilote est intervenu au moment d'un changement de collection.

Un périmètre a été prédéfini allant jusqu'à 5 fournisseurs de rang 1.



Périmètre : le périmètre de traçabilité correspond à l'ensemble des étapes et maillons de la chaîne d'approvisionnement que le pilote va tracer. Ce périmètre est défini en amont du projet.

Rang : le rang indique la proximité de la marque (produit fini) avec le fournisseur : plus le rang est faible plus l'étape est proche du produit fini, plus le rang est élevé plus l'étape est éloignée du produit fini. Un fournisseur de rang 1 est celui qui produit, assemble ou finalise le produit commercialisé. Dans l'industrie textile, le fournisseur de rang 1 est généralement celui qui réalise l'étape de confection.

- Rang 1 : Confection
- Rang 2 : Tissage/Tricotage
- Rang 3 : Filature
- Rang 4 : Matière première

Traçabilité montante / ascendante : elle définit une traçabilité réalisée en partant du produit fini (rang 0) jusqu'à l'étape de production la plus éloignée possible (généralement la matière première). Ce type de traçabilité est utile aux marques ayant une visibilité limitée de l'ensemble de leurs fournisseurs et nécessite la coopération des différents acteurs de la chaîne de valeur.

Traçabilité descendante : elle définit une traçabilité réalisée depuis l'amont de la chaîne de valeur (matière première) jusqu'au produit fini. Cette traçabilité est adaptée pour les marques ayant de bonnes connaissances et compréhension de leur chaîne de valeur. Cette traçabilité peut être réalisée avec des plateformes de collecte de données ou des marqueurs physiques (marquage laser du cuir, marqueurs matières, etc.).

Les différents points abordés lors de cette journée ont ainsi permis de finaliser le cahier des charges qui a été envoyé par la suite aux 5 solutions pré-sélectionnées à la suite de la 1ère étape du projet traçabilité du CSF Mode & Luxe.

2.3.4. La validation du cahier des charges

À la suite de la synthèse des différents ateliers et de leur validation, cette quatrième réunion a consisté en **la validation des entreprises du cahier des charges** qui a été rédigé par l'animateur technique COSE361. L'objectif était également de **recueillir les besoins potentiels individuels d'accompagnement des entreprises** pour la réalisation du pilote.

Pour la validation du cahier des charges final, il a été procédé comme ci-après :

- **Le cahier des charges a été envoyé en amont de la réunion** pour lecture à chacune des entreprises
- **Une session d'échange** a été menée par l'animateur technique COSE 361 pendant cette réunion pour présenter le cahier des charges et permettre aux entreprises de faire leurs retours à l'oral de façon collective.

- **Des échanges individuels avec les entreprises** ont également eu lieu pour recueillir leurs éventuelles remarques ou corrections.

À la suite de cette session, l'ensemble des points du cahier des charges a été validé à l'exception du périmètre, sur lequel les entreprises ont revu leur position avec un **périmètre minimum de traçabilité jusqu'au rang 3** au lieu du rang 2 initialement établi.

Cette validation finale du CDC a aussi mis en lumière le besoin de créer un glossaire pour définir certaines notions afin d'harmoniser et standardiser le vocabulaire de la traçabilité dans le secteur Mode & Luxe.

Concernant la définition des équipes projets et de leurs éventuels besoins d'accompagnement pour la réalisation du pilote, des entretiens individuels ont été menés sur une journée avec chaque entreprise sur les éléments suivants :

- **L'avancement de la mise en place de leur équipe projet** en interne pour le pilote.
- **Les éventuels points de blocage rencontrés.**
- **Les éventuels besoins d'accompagnement des équipes opérationnelles** en interne ou de la direction pour fédérer autour du projet ou pour mieux appréhender le pilote.
- **L'avancement du cadrage produit en interne.**
- **Autres questions éventuelles**

Ces entretiens ont permis de mettre en évidence une organisation différente pour chaque entreprise avec des **équipes projet** de nature différentes : certaines entreprises souhaitaient impliquer plusieurs départements (services : RSE, achats, qualité, sourcing, etc.). D'autres entreprises souhaitaient gérer le pilote de façon plus « confidentielle » en limitant à quelques interlocuteurs.

Ces différentes configurations d'organisation ont été expliquées par trois facteurs :

- La taille de l'entreprise
- La maturité des interlocuteurs sur le sujet
- La charge de travail des potentiels candidats à l'équipe projet

Concernant l'accompagnement, certaines entreprises ont indiqué des besoins relatifs à l'intégration des équipes opérationnelles et de leurs directions. Il est ressorti qu'un point spécifique pour certaines entreprises devait être fait au sujet du pilotage du projet en interne au moment de la collecte des données. Les résultats des différents choix d'équipes et d'accompagnements sont évalués dans la partie du rapport relative à la synthèse des résultats du pilote.

Conclusions intermédiaires de l'étape 1

À la suite de cette première étape, plusieurs constats et enseignements ont pu être tirés sur la mise en œuvre de la traçabilité au sein des entreprises :

La traçabilité apparaît comme le fondement de toute action sérieuse visant à réduire l'impact environnemental. Elle est considérée par les entreprises comme l'étape incontournable pour engager une démarche d'éco-conception qui seule permet d'apporter des solutions directes et opérationnelles pour mettre en place une mode responsable. Au-delà, seules de vraies données pourront permettre un affichage environnemental qui informe sincèrement les consommateurs.

Le choix des données à tracer. Les besoins exprimés par les entreprises sont très larges. Il a été nécessaire de ne pas fixer des objectifs précis en termes de nombre de données environnementales à collecter afin de permettre de réaliser des expérimentations et en tirer des résultats. Les besoins couvrent tout à la fois : la nécessité de répondre à la réglementation, mais ce stade est insuffisant pour les entreprises qui souhaitent aussi utiliser la traçabilité comme outil opérationnel pour diminuer leur impact environnemental et social afin de communiquer avec leurs clients.

La complexité du sujet pour toutes les entreprises même celles qui ont déjà engagé des actions. Le pilote a choisi de restreindre le périmètre des données demandées. L'accessibilité des données, leur multiplicité, le manque d'interopérabilité entre les différentes étapes de la chaîne de valeur sont à ce jour des freins importants qui se lèveront graduellement avec la diffusion de telles solutions dans toute la chaîne.

Un faible niveau général de maturité sur la traçabilité.

Notamment les PME doivent faire face à un sujet relativement nouveau, complexe qui nécessite des compétences spécifiques et la maîtrise de nombreuses données. La situation est encore plus délicate dans le cas d'absence d'ERP Cette situation a engendré une disparité des objectifs au niveau collectif qui a été un frein au démarrage de cette sous-étape n° 1. Néanmoins, cette disparité a donné lieu à des échanges constructifs qui ont permis aux entreprises de progresser collectivement, d'affiner leurs besoins et de livrer un résultat plus complet.

La complexité du sujet est majeure : car des données beaucoup plus nombreuses peuvent être utiles/indispensables dans une démarche de mode responsable. Cela implique une démarche de progrès continu.

Un manque d'aide et de mesure en faveur de la traçabilité

Cette première sous-étape a également mis en lumière un fort besoin en accompagnement des entreprises face à ce sujet nouveau de la traçabilité. La traçabilité implique la maîtrise de multiples notions qui restent largement méconnues mais aussi difficiles à intégrer, notamment pour des PME, tant par leur nombre, leur accessibilité, que par la charge de travail et le coût des intégrations. L'accompagnement dont elles ont pu bénéficier dans le cadre de ce pilote a été fortement apprécié et a constitué une aide précieuse pour les entreprises mais celui-ci reste, par nature, limité à ce pilote. Il apparaît clé de mettre en place un système d'aide pour favoriser la mise en place d'un système de traçabilité dans les entreprises. Un crédit d'impôt transition écologique – éventuellement sur un nombre limité d'années - permettrait une diffusion rapide au sein de la filière mode française et permettrait à la France de prendre une avance réelle tout en favorisant la diffusion des solutions de traçabilité dans les chaînes de sous-traitance.

L'importance d'un système interne de collecte et de partage de l'information

Les débats ont montré une confusion parfois entre traçabilité interne et externe. Ce pilote habillage vise uniquement à faciliter la mise en place de la traçabilité externe. Néanmoins,

les entreprises ne sont pas structurées de la même façon sur leur traçabilité interne, autrement dit sur leur capacité à collecter et partager les données dont elles sont détentrices (e.g. produits, opérations, commandes, présence ou pas d'un ERP, etc.). Cette disparité a une incidence directe sur la qualification des besoins de traçabilité. La traçabilité externe doit se reposer sur un système interne de traçabilité. L'absence d'ERP ou de solutions alternatives structurées constitue un frein supplémentaire pour mettre en place des solutions de traçabilité.

La question de la poursuite éventuelle du pilote traçabilité a également été abordée au cours du projet : globalement les entreprises du pilote sont favorables à une poursuite du pilote. Plusieurs remarques :

- Plusieurs thèmes ont été abordés sans hiérarchisation à ce stade : élargir le périmètre des données à tracer, travailler sur une filière produit complète -avec des acteurs connus et identifiés de la fibre au vêtement- pour tirer des enseignements sur l'interopérabilité, expérimenter sur un plus grand nombre de produits, tester d'autres solutions de traçabilité (le marché se développe rapidement et de nouvelles solutions sont apparues), standardiser des données prioritaires.
- Dans le cas d'une poursuite du pilote, des recommandations d'organisation et de structuration peuvent être faites :
 - Regroupement d'entreprises par niveaux de maturité sur la traçabilité.
 - Diagnostic préalable.
 - Ainsi, il serait alors possible de former les entreprises à la traçabilité et de formaliser des besoins homogènes pour chacun des sous-pilotes.

2.4. Etape 2 : la sélection de la ou les solution(s) de traçabilité

Une fois le cahier des charges finalisé, cette deuxième étape a consisté en la sélection de la ou les solution(s) de traçabilité à expérimenter pour ce pilote habillement. Pour cette étape, deux principaux critères ont été pris en compte :

- Le niveau de sélection par les entreprises de la ou les solution(s) de traçabilité.
- Le budget établi par la ou les solution(s) de traçabilité.

Pour cette sélection de la ou les solution(s) de traçabilité à expérimenter, une première sélection a été réalisée dans le cadre du CSF Mode & Luxe (2019-2020). Les travaux ont été menés par un groupe de travail élargi représentant les différents secteurs de la filière avec pour animation COSE361.

2.4.1. La première vague d'auditions

Une première pré-sélection a été réalisée à travers l'étude de marché réalisée durant la 1ère étape du projet traçabilité du CSF Mode & Luxe (2019-2020) par le groupe de travail dédié composé de 19 parties prenantes de la filière (marques, industriels et institutionnels). Cette étape a consisté en l'analyse d'un panel de solutions de traçabilité identifiées sur le marché à partir d'une grille d'évaluation des critères clés. A la suite de cette notation, les 5 solutions de traçabilité arrivées en tête ont été pré-sélectionnées pour la suite du projet. Cette étape a

également mis en évidence une forte disparité des notations, comme le montre la Figure 1 ci-dessous. Cette forte hétérogénéité a conduit à la conclusion de la nécessité de mener des pilotes pour expérimenter ces solutions.

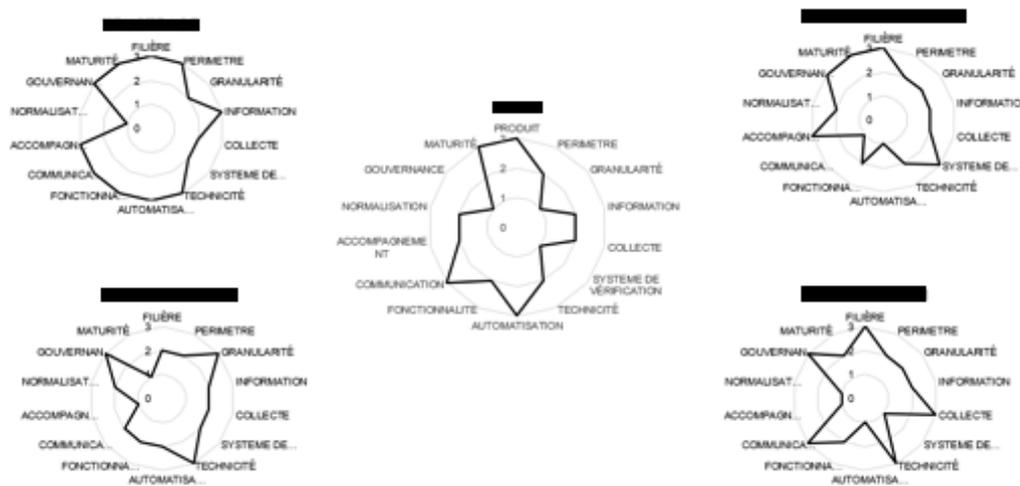


Figure 1. Notation des solutions - 1^{ère} étape du projet traçabilité

Ces 5 solutions de traçabilité pré-sélectionnées ont été auditionnées dans le cadre de ce pilote habillage. Ces auditions ont été réalisées en deux temps :

- **Une 1^{ère} phase de pré-audition a été organisée avec chacune de ces solutions.** Celle-ci a fait l’objet d’un groupe restreint mené par l’animateur technique COSE361 avec des représentants du porteur, le DEFI, des Fédérations professionnelles ainsi que de chefs de projet de certaines entreprises. **Ces pré-auditions ont consisté en 2 sessions de 3 heures pour chaque solution.**

Ces pré-auditions ont notamment fait ressortir une grande diversité des solutions de traçabilité dans la façon de présenter leurs offres, ce qui a compliqué leur compréhension et leur comparaison. De plus, certaines solutions manquaient de démonstration opérationnelle de l’utilisation de la plateforme dans leur présentation. Les participants aux pré-auditions avaient donc des difficultés à se représenter les « tâches » opérationnelles du côté des équipes de la marque mais aussi pour les fournisseurs sur la chaîne de valeur. Aussi, afin de faciliter la sélection équitable des solutions, le groupe a décidé d’harmoniser le déroulé des auditions finales des solutions avec l’ensemble des entreprises du pilote.

- **Une 2^{ème} phase d’audition finale de chaque solution avec l’ensemble des entreprises du pilote.** Seulement 4 des 5 solutions pré-sélectionnées ont pris part aux auditions finales, une solution de traçabilité s’étant retirée de l’appel d’offre jugeant que sa proposition n’était pas adaptée aux besoins du pilote habillage.

Cette audition finale consistait en **45 minutes de présentation** de la solution **et 45 minutes de questions et réponses** avec les entreprises. Aussi, à la suite de la phase de pré-audition, il a été demandé aux solutions de traçabilité d’organiser leur présentation selon la structure suivante :

- Présentation générale de l’entreprise et de la solution
- Présentation du parcours utilisateur en tant que marque
- Présentation du parcours utilisateur pour les fournisseurs de la chaîne de valeur
- Proposition de l’entreprise pour le pilotage du pilote et budget pilote/post-pilote

Un debrief collectif à chaud a été fait après chaque présentation entre les entreprises du pilote.

Aussi, pour garantir une sélection objective de la ou les solution(s) de traçabilité pour le pilote, une grille de notation via Excel a été mise en place. Cette grille était composée de 9 thématiques regroupant 32 critères avec un score

possible entre 0 et 3 (0= non satisfaisant 1= peu satisfaisant 2= satisfaisant 3=très satisfaisant). Pour chacun de ces critères, les entreprises avaient la possibilité d'ajouter un « drapeau rouge » si un ou plusieurs critère(s) leur paraissai(en)t bloquants.

Détail des thématiques (avec le nombre de critères pour chacune) de la grille d'évaluation :

- **Général (2 critères)** : historique, fonctionnement et maturité de la solution.
- **Collecte (8 critères)** : périmètre, données collectées, vérification.
- **Fonctionnalité (4 critères)** : fonctions que la solution propose comme les cartographies, les reporting ou même la communication.
- **Technicité (5 Critères)** : interopérabilité du système, niveau de standardisation et sécurisation.
- **Confidentialité (3 critères)** : gouvernance, gestion de la confidentialité de l'information.
- **Accessibilité / ergonomie (2 critères)** : facilité d'utilisation, accessibilité à toute la chaîne de valeur.
- **Service(s) de la solution (3 critères)** : services proposés en termes d'accompagnement des marques et de la chaîne de valeur (embarquement des parties prenantes).
- **Gestion du projet (2 critères)** : taille et qualité de l'équipe de la solution, proposition des étapes du pilote
- **Business model (2 critères)** : concerne les coûts du pilote mais aussi le coût post pilote en vue de l'industrialisation de la solution.

Tableau 4 - Grille de notation

GRILLE DE NOTATION PILOTE TRAÇABILITÉ
INTERVIEW N°3 :

Service:
Date:

CRITÈRES		POINTS À CONTROLER	DRAPEAU ROUGE	POINTS 0= non satisfaisant 1= peu satisfaisant 2= satisfaisant 3=très satisfaisant	REMARQUES
GENERAL	PRINCIPE DE FONCTIONNEMENT	Le type de traçabilité correspond aux attentes de ce pilote Rappel : - Traçabilité montante = du magasin à la fibre ; - Traçabilité descendante = de la fibre au magasin			
	SECTEUR & CLIENTÈLE	La solution est spécialiste de l'industrie du textile, ses clients sont représentatifs de nos sujets & besoins		notation obligatoire	
	MATURITÉ / EXPERIENCE	La solution a testé son service sur de nombreux produits / commandes / entreprises / fournisseurs / sites. La solution est mature sur le marché (quelle est la part de pilote et part de projets déployés à 100%) La solution maîtrise la filière et ses produits. Elle est capable de s'y adresser.		notation obligatoire	
COLLECTE	PÉRIMÈTRE	La solution couvre tous les rangs compris dans ce pilote (rang 4: production des fibres)		notation obligatoire	
	DONNÉES TRACÉES	La solution sait tracer les données suivantes : origine (=identification du mailon), qualité, RSE corporate, certifications produit & organisation, données d'activité environnementales		notation obligatoire	
	GRANULARITÉ	La solution est capable de tracer les données avec une granularité suffisante (à la ligne de produit / à la commande / à l'article unique / au lot (de fibres) / multi sourcing / les intrants chimiques...) y compris les accessoires (boutons, fils, étiquettes, ...)		notation obligatoire	
	Outils de collecte	La solution prend en charge plusieurs interfaces (outils) : plateforme dédiée, SI entreprises, Excel, tablettes, smartphone, ...		notation obligatoire	
	ACCOMPAGNEMENT À LA COLLECTE	La solution accompagne l'entreprise et sa chaîne de valeur à chaque rang pour collecter les données (support humain)		notation obligatoire	
	AUTOMATISATION	La solution est en mesure d'automatiser certaines tâches : gestion documentaire (référencement, qualité, certifications), relances automatiques parties prenantes...		notation obligatoire	
	VERIFICATION	La solution facilite la vérification des informations de traçabilité : alertes sur incohérences, ... La solution facilite la vérification des certifications : scope & transaction certifiées, autres.		notation obligatoire	
	ACCES BASE DE DONNÉES	La solution a accès à des bases de données externes facilitant la vérification & l'automatisation (Textile Exchange, LWG, Higg, GOTS, ICS, etc. ...)		notation obligatoire	
	CARTOGRAPHIE	La solution permet une cartographie de la chaîne de valeur		notation obligatoire	

Cette première vague d'auditions s'est avérée non concluante. Aucune de ces solutions auditionnées ne correspondaient aux attentes des entreprises ou bien certains points restaient bloquants :

- **Coût de la solution ou business model non adapté**
- **Retours d'expériences peu concluants**
- **Périmètre des fibres tracées restreintes aux fibres « certifiées »**

Ce résultat traduit également la rapidité avec laquelle le marché évolue avec l'émergence de nouveaux entrants.

Les entreprises ont donc souhaité lancer une deuxième vague de sélection de solutions par rapport à la pré-sélection faite lors de la 1^{ère} étape du projet traçabilité du CSF Mode & Luxe.

2.4.2. La deuxième vague d'auditions

La première vague d'audition ayant été jugée non concluante par les entreprises, il a été décidé de lancer une deuxième vague d'audition de solutions qui n'avaient pas été sélectionnées lors de la 1^{ère} étape du projet traçabilité du CSF Mode & Luxe. Cette deuxième vague s'est déroulée comme ci-après :

- Les entreprises du pilote ont collectivement souhaité rouvrir les auditions pour le pilote à 4 nouvelles solutions de traçabilité.
- Les entreprises ont suggéré des solutions qu'elles avaient identifiées . L'animateur technique COSE361 a suggéré de nouvelles solutions de traçabilité sur la base de sa veille de marché.
- Les solutions ont été contactées par l'animateur technique COSE 361
- Des pré-auditions comme pour la première vague de 2 sessions de 3 heures pour chacune des solutions ont été organisées de nouveau avec le groupe restreint.
- **Comme pour la première vague, ces solutions de traçabilité ont ensuite été auditionnées** par l'ensemble des entreprises du pilote à travers 45 minutes de présentation et 45 minutes de questions réponses, suivi d'un debrief à chaud entre les entreprises et leur notation.

2.4.3. Notation des solutions et sélection finale

Comme expliqué précédemment, à la suite des auditions finales, les entreprises ont débriefé à chaud de façon collective et elles ont été invitées individuellement, par la suite, à analyser quantitativement et qualitativement les solutions auditionnées sur la base de la grille de notation présentée, afin de sélectionner de la plus façon objective une ou plusieurs solution(s) pour ce pilote. Chaque entreprise a renvoyé sa fiche de notation avec les scores par solution. Ces scores ont alors été agrégés et présentés à l'ensemble des entreprises pour analyse. L'animateur technique COSE361, le DEFI porteur du pilote ainsi que les Fédérations professionnelles n'ont eu aucun droit de notation et de vote.

A la suite de la première vague d'auditions, l'analyse « à chaud » a mis en évidence plusieurs points bloquants, notamment liés à l'inadéquation des modèles économiques des solutions avec les besoins de la filière Mode et Luxe. Également, à la suite des notations des **4 premières solutions auditionnées** avec l'ensemble des entreprises, **il a été décidé par les entreprises du pilote d'éliminer d'ores et déjà 2 solutions de traçabilité.**

- Une solution a été éliminée par rapport à son score total, sa maturité et son modèle économique.
- Une solution a été éliminée par rapport à son **score total, le retour client et la flexibilité.**

D'importants points faibles ont également été mis en évidence par les entreprises à travers les debriefs et les notations pour les 2 autres solutions auditionnées :

- **Pour une solution, le tarif élevé a été soulevé** mais la solution n'a pas souhaité revoir son positionnement prix et a donc quitté l'appel d'offre.
- Pour l'autre solution, **celle-ci reposait sur une collecte de données uniquement descendante et était essentiellement focalisée sur les matières dite « responsables ».** Aussi, elle ne permettait pas de couvrir à 100 % l'offre produit des entreprises.

Les graphiques ci-après présentent de façon anonymisée les résultats obtenus par les solutions de traçabilité à la suite des audits finales (soit **8 solutions au total : 4 solutions de traçabilité pour la première vague et 4 solutions de traçabilité pour la deuxième vague**) et des notations des entreprises du pilote sur la base de la grille d'évaluation.

Tableau 5 – Notes par solution

Résultat des notes / Moyenne des critères

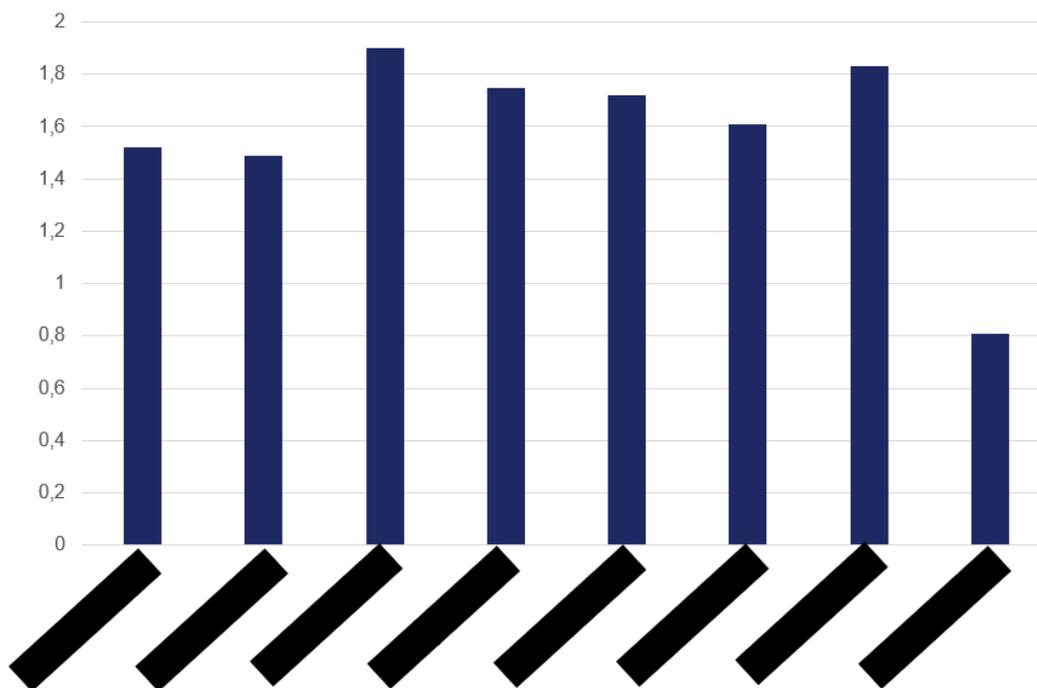
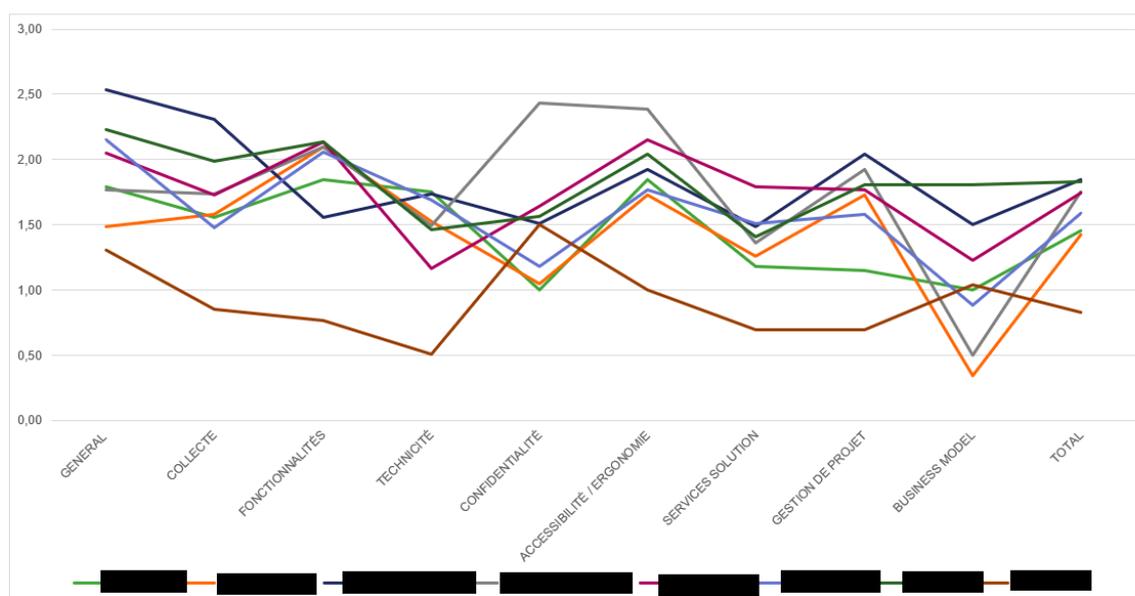


Tableau 6 – Notes par solution et critère

Résultat des notes / Moyenne des critères



COSE|361

Atelier sur les modèles économiques des solutions et le retour sur investissement

Ces auditions et évaluations ont permis de mettre en évidence une importante problématique sur les modèles économiques des solutions de traçabilité. En effet, les entreprises du pilote ont fait part :

- D'un manque de clarté et de lisibilité des offres de prix des solutions
- D'une forte disparité des propositions et des coûts
- D'un manque **d'accessibilité en conséquence des solutions** face à la diversité des entreprises de la filière.

Aussi, face à ce constat, un atelier dédié a été proposé et mené par l'animateur technique COSE361 pour clarifier les modèles économiques des solutions et proposer des pistes de retour sur investissement pour apprécier les différentes offres de prix.

Cet atelier a été organisé de la façon suivante :

Des **analyses comparatives** ont été faites des modèles économiques des solutions et de leurs offres.

Une analyse comparative s'est focalisée sur les modèles du pilote mais aussi post-pilote sur les critères clés :

- Prix des licences
- Service client
- Formations
- Accompagnements des fournisseurs

Un focus a ensuite été fait sur le coût des licences sur les critères clés :

- Licence marque
- Licence fournisseurs
- Unité d'œuvre pour le calcul du prix des licences
- Dégressivité des coûts

Ensuite, un **brainstorming** a été organisé avec les entreprises pour identifier les différents retours sur investissement de la traçabilité attendus. Cet atelier a permis de partager leurs points de vue sur le sujet :

- Budget consacré à la traçabilité
- Potentiels retours sur investissement attendus
- Points clés de la répartition des coûts liés à l'intégration d'une solution de traçabilité sur la chaîne de valeur

Cette deuxième partie de l'atelier a permis aux entreprises de partager leurs points de vue sur le sujet et de mettre en évidence les éléments suivants :

La répartition des coûts de la traçabilité : 77 % des entreprises du pilote ont déclaré être favorables à l'idée de ne pas reporter les coûts d'une solution de traçabilité sur l'ensemble de la chaîne de valeur. L'argument majeur qui a été formalisé est que ces acteurs seront déjà impactés par la charge de travail supplémentaire.

L'unité d'œuvre du modèle économique la plus adaptée pour la licence Marque :

- Le nombre de fournisseurs de rang 1
- Le nombre de références
- Le CA

Les principaux retours sur investissement attendus d'un outil de traçabilité sont :

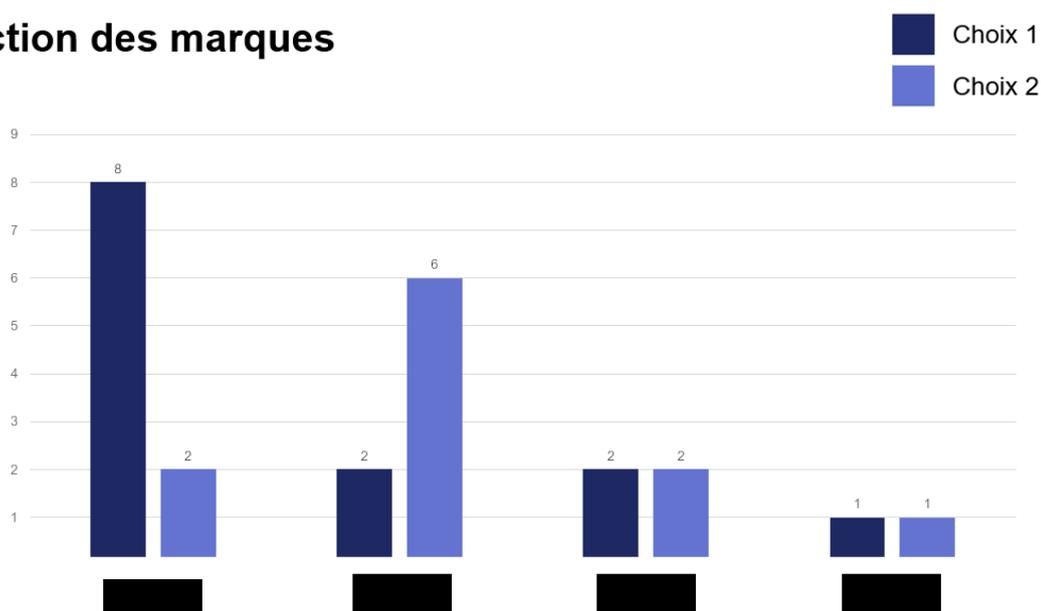
- N°1 (61 %) Gain de temps pour la collecte et la vérification des données
- N° 2 (54 %) Communication et valorisation de la chaîne de valeur
- N°3 (46 %) Gestion de la chaîne de valeur (approvisionnement, production, processus, ...)
- N°4 (31 %) Conformité réglementaire

Ces résultats sont toutefois à prendre avec précaution, ces retours ont été faits par les entreprises « à chaud » sur des questions ouvertes à l'occasion de l'atelier. Ils ne sont donc pas exhaustifs, ni représentatifs de l'ensemble des entreprises. Pour apporter des réponses plus précises et exhaustives sur ces sujets, il aurait fallu plus de temps en interne pour prendre du recul. L'objectif était néanmoins de recenser des premiers éléments clés qualitatifs. À ce jour, aucune entreprise n'est en mesure d'évaluer complètement les retours sur investissement en matière de traçabilité. Cet atelier a aussi mis en avant les différences de points de vue sur le sujet, du fait de la diversité des marques quant à leur modèle économique mais aussi leur taille.

A partir de l'évaluation quantitative et qualitative sur la base de la grille d'évaluation et à la suite de l'atelier sur les modèles économiques et le retour sur investissement, **les entreprises ont été invitées à voter pour leurs 2 solutions préférées par ordre d'importance (choix 1 & 2)**. Ce vote final avait pour but de dégager un consensus clair.

Tableau 7 - Résultats des votes

Sélection des marques



Deux solutions de traçabilité sont ressorties de ce vote final et ont été sélectionnées pour le pilote. Pour des raisons de confidentialité, ces solutions seront dénommées SOLUTION A et SOLUTION B dans la suite de ce présent rapport. Il a été décidé de retenir ces deux solutions pour l'expérimentation d'une solution par marque

Les 11 entreprises ayant opté pour la SOLUTION A sont :

- Chantelle
- Idano
- Création & Image Paris
- Marine Serre
- Devred
- Sézane
- Galeries Lafayette
- Okaidi
- Kiabi
- Tape à L'œil
- Le Slip Français

Les 2 entreprises ayant opté pour la SOLUTION B sont :

- Ami Paris
- Isabel Marant

Aussi, deux entreprises ont souhaité tester les deux solutions, en prenant le test de la deuxième solution à leur charge, mais en suivant le planning du pilote et en partageant leurs retours d'expérience.

Afin de bien apprécier les solutions retenues, il est important de noter qu'elles n'offrent pas les mêmes propositions de valeur, voici une clarification du périmètre fonctionnel.

SOLUTION A :

- Traçabilité ascendante de 5 produits par entreprises (soit 55 produits)
- Gestion de la conformité de 15 fournisseurs de rang 1 et de leur chaîne de valeur par entreprise (soit 165 fournisseurs de rang 1)
 - Cartographie des chaînes de valeur
 - Analyse de la conformité produit, environnementale et sociale des fournisseurs
 - Pilotage d'un plan d'action correctif
- Accompagnement des entreprises et de leur chaîne de valeur dans la collecte des données

SOLUTION B :

- Traçabilité ascendante de 5 produits par entreprise
- Accompagnement des entreprises et de leur chaîne de valeur dans la collecte des données

Conclusions intermédiaires de l'étape 2

À la suite de cette deuxième étape de sélection des solutions, plusieurs observations ont à nouveau pu être faites :

L'inadéquation des solutions avec la totalité des besoins exprimés par les entreprises

Ce fut l'un des enseignements forts de cette deuxième sous-étape. Actuellement, il ne semble pas exister de solution de traçabilité externe qui couvre 100 % des besoins des entreprises de la filière Mode & Luxe. Le travail réalisé par les 13 entreprises dans l'étape n°1 a permis une prise de conscience et un recensement des besoins de façon exhaustive, augmentant le risque d'insatisfaction lors de l'identification des solutions. Plusieurs autres facteurs entrent en jeu :

- Les solutions de traçabilité existantes ne sont que partiellement outillées pour répondre aux besoins spécifiques de la filière
- Le marché est en très forte évolution
- La traçabilité n'est pas encore diffusée de manière systématique dans la filière
- Les exigences de la réglementation notamment françaises augmentent rapidement, plus rapidement que la capacité des solutions à s'adapter

Forte disparité dans le niveau de conformité des solutions avec les standards d'échanges de données et de traçabilité

Les différentes auditions ont mis en lumière le fait que les solutions de traçabilité n'ont pas totalement pris en compte la nécessité d'interopérabilité et donc de standardisation de leur modèle de données. Ceci pourrait s'expliquer par une méconnaissance du sujet ainsi qu'un développement très récent du sujet sur la traçabilité textile ⁴. Les solutions proposent donc des outils plus ou moins éloignés des standards existants et en cours de développement.

Manque d'adéquation des solutions avec les nouvelles demandes réglementaires du fait de leur soudaineté

Alors que la pression réglementaire s'accroît très rapidement en France, l'absence de lignes directrices opérationnelles claires rend difficile la préparation et la mise en conformité des solutions de traçabilité. Ainsi, certaines ne travaillent pas ces sujets tant que la situation n'est pas clarifiée, tandis que d'autres ont des propositions « maison », le tout renforçant in fine les difficultés des entreprises. La perspective également d'exigences européennes futures induit un doute quant à l'urgence de solutions purement adaptées au contexte français.

Il y a également des degrés d'urgence divergents : d'un côté, la volonté des pouvoirs publics de mettre en place un affichage rapidement. De l'autre, le souhait des entreprises de diminuer leur impact environnemental de manière effective par le biais de la traçabilité et de l'éco-conception. Rares sont les entreprises qui ont les moyens humains et financiers de mener les deux projets.

Tester uniquement les fonctionnalités « matures »

Une solution envisageable pour répondre au problème d'inadéquation est de ne tester que les fonctionnalités attendues par les entreprises et travaillées par les solutions, sous condition d'entente financière correspondante. L'autre solution est de convenir entre la solution et son client de réaliser une phase de R&D dans leur collaboration, fruit d'investissements communs pour « développer » les fonctionnalités attendues. Ceci implique un budget conséquent pour les entreprises.

Conformité standard traçabilité : mise aux normes de la solution

La seule solution de repli envisageable est d'exiger des solutions leur mise en conformité sur le sujet. Ce risque a été anticipé dans le pilote grâce au partenariat mis en place avec GS1 pour le qualifier et y répondre.

Adéquation traçabilité et exigences réglementaires

La solution envisageable pour répondre à ce risque est d'organiser une réponse concertée au sein de la filière, portée par les institutions de la filière et partagée aux solutions de traçabilité qui souhaitent travailler sur cette filière.

⁴ Avec les travaux de l'UNECE notamment.

2.5. Etape 3 : Expérimentation des solutions sélectionnées

Cette troisième étape du pilote a consisté en l'expérimentation des deux solutions de traçabilité sélectionnées. Cette étape s'est déroulée entre juillet et novembre 2022. Son lancement malgré la période de vacances d'été a été le fruit de la décision collective des entreprises du pilote de lancer rapidement l'expérimentation. Il est clair à cet égard que le sujet traçabilité est prioritaire pour les entreprises : le fondement d'une politique environnementale sérieuse et approfondie. Cette décision a également été prise du fait des évolutions réglementaires au cours du pilote et notamment la publication du décret n° 2022-748 du 29 avril 2022 mettant en application l'article 13 de la loi AGECE.

Le pilote a ainsi été découpé en **2 sous-pilotes** : un pour chaque solution avec les entreprises correspondantes (dénommés ci-après **sous-pilote 1** et **sous-pilote 2**). À noter que 2 entreprises du pilote ont finalement décidé de tester les deux solutions sélectionnées à leurs frais. Un accord a été trouvé : les entreprises ont bénéficié du tarif « pilote » en échange d'un partage de leurs résultats et de leur retour d'expérience.

Le lancement opérationnel du pilote a ainsi débuté fin juin-début juillet pour les deux solutions.

La méthodologie utilisée pour cette étape consiste en une gestion de projet traçabilité conventionnelle avec deux groupes pour chaque sous-pilote et un comité de pilotage (COPIL). Le COPIL avait pour mission de suivre le pilotage de la mise en œuvre des sous-pilotes. Ce COPIL était composé de représentants du DEFI porteur du pilote et des fédérations professionnelles de l'habillement, ainsi que de l'animateur technique COSE361. Ce COPIL s'est réuni à minima une fois par mois durant l'étape de mise en œuvre qui a duré 4,5 mois.

2.5.1. **Sous-pilote 1**

Le **sous-pilote 1** a consisté en l'expérimentation de la **SOLUTION B** et a impliqué **4 entreprises** dont 2 qui ont testé la solution en parallèle sur leurs propres fonds.

Ce sous-pilote 1 a suivi les sous-étapes suivantes dans son déroulement :

- Onboarding des marques
- Onboarding des fournisseurs
- Collecte des données / traçabilité
- Reporting

Chacune de ces sous-étapes est détaillée ci-après.

- **L'onboarding des marques**

Le déroulement habituel avec la SOLUTION B est de débiter par une première réunion dite de "*Kick-off*" au début de la collaboration avec la marque. Ce rendez-vous a pour but de sensibiliser l'ensemble des personnes qui vont être impactées de près ou de loin par la mise en place de la solution de traçabilité. Ainsi, il est recommandé à la marque de convier le maximum de personnes à cette réunion. Le kick-off permet d'expliquer en détail le fonctionnement de la solution ainsi que les différentes interactions qui vont avoir lieu (échange de données, communication avec les fournisseurs, calcul des notes, mise à disposition des résultats, etc.). Afin de gagner en efficacité, cette première étape de kick-off a été réalisée en commun avec toutes les entreprises de ce sous-pilote. Néanmoins les entreprises n'ont pas toutes réussi à réunir l'ensemble de leurs équipes projet pour ce pilote à cette réunion.

- **L'onboarding des fournisseurs**

L'onboarding des fournisseurs constitue une étape cruciale. Ainsi, à la suite de ce kick-off, chaque entreprise a été invitée à envoyer un mail d'introduction pour présenter le pilote à ses fournisseurs. Dans le cas où l'entreprise le jugeait pertinent, lors de la 1^{ère} prise de contact de la SOLUTION B avec le fournisseur, un document explicatif du pilote signé par l'entreprise a été joint. Dans le cadre de la SOLUTION B, l'étape de l'onboarding fournisseur est simplifiée au maximum. Ainsi, chaque fournisseur identifié reçoit un mail contenant deux liens uniques lui permettant d'accéder respectivement aux deux formulaires : un formulaire dit « usine » et un formulaire dit « matière ». Des tutoriels avec des vidéos sont disponibles en français, anglais et mandarin et sont mis à la disposition des fournisseurs dans le mail envoyé. Ces vidéos expliquent le but et le fonctionnement pas à pas pour

le remplissage des formulaires. Les analystes internes de la SOLUTION B restent disponibles par mail et téléphone pour apporter leur support technique aux fournisseurs.

- **La collecte des données**

La collecte des données s'est déroulée selon les sous-étapes suivantes :

- Intégration des données internes des entreprises préalablement demandées au démarrage du pilote dans la solution.
 - Récolte des données auprès des fournisseurs grâce aux deux formulaires envoyés par email et directement transférés dans la base de données de la solution.
 - Vérification et mise en forme des données dans la plateforme. Si nécessaire, le fournisseur est recontacté pour apporter des précisions ou pour éclaircir un point particulier.
 - Des notes de traçabilité et d'impact environnemental.
 - Les différents résultats sont ensuite mis à disposition de la marque sur le tableau de bord de la solution de traçabilité.
- **Le reporting**

Enfin, un reporting a été mis en place à plusieurs niveaux :

- Un reporting hebdomadaire avec COSE361 afin de veiller au bon déroulement général du pilote.
- Un reporting entre la SOLUTION 1 et chaque marque géré en autonomie par la solution.
- Un reporting global avec un bilan intermédiaire avec les entreprises de ce sous-pilote et la solution à mi-étape et un bilan final avec l'ensemble des entreprises du pilote.

2.5.2. Sous-pilote 2

Le **sous-pilote 2** a consisté en l'expérimentation de la SOLUTION A et a impliqué **11 entreprises**. Il s'est déroulé de manière similaire.

- **L'onboarding des marques**

Le déroulé habituel chez SOLUTION A est semblable à la SOLUTION B. Cependant la SOLUTION A gère les onboardings en deux temps pour permettre de tester au mieux les deux fonctionnalités clés proposées :

- L'onboarding pour le module « Gestion des fournisseurs » qui consiste en la gestion de la conformité de la chaîne de valeur (devoir de vigilance). Pour ce sous-pilote 2, ce module a été expérimenté sur 15 fournisseurs de rang 1 pour chaque marque : soit 165 fournisseurs au total.
- L'onboarding pour le module « Traçabilité à la commande [IR4] » qui consiste en la traçabilité à la commande. Conformément au cahier des charges définis, ce module a été testé sur 5 commandes de références produit par entreprise.
- Les onboarding des entreprises ont été réalisés dans les mêmes conditions que pour l'autre solution.

- **L'onboarding des fournisseurs**

Chaque marque a été invitée à envoyer un mail d'introduction du pilote aux fournisseurs directs. Cette lettre a été corédigée par la SOLUTION A et l'animateur technique du pilote COSE361. Pour le premier module, des créneaux horaires ont été proposés aux fournisseurs afin de mutualiser les onboardings qui ont été organisés par région géographique (en prenant en compte les contraintes liées aux congés ou fêtes religieuses) et par langue (Français /Anglais). Dans le cadre du second module, la gestion des onboardings s'est faite marque par marque et les différents fournisseurs sélectionnés ont été invités à des sessions en comité restreint afin de permettre un échange plus libre.

- **La collecte des données**

La collecte des données s'est déroulée selon les sous-étapes suivantes :

- Création des comptes de chaque entreprise sur la plateforme

- Intégration des commandes de l'entreprise pour chacune des références sélectionnées sur la plateforme (de façon manuelle ou par import de fichiers)
- Invitation des fournisseurs de rang 1 (automatique) à s'enregistrer sur la plateforme et à compléter les données.
- Réception de l'invitation par les fournisseurs pour s'enregistrer sur la plateforme et avoir accès aux commandes afin de :
 - Vérifier les informations déjà complétées
 - Compléter les données demandées (d'identification, environnementales, sociales, qualité, etc.).
- Envoi automatique d'un mail pour validation par la marque des données complétées par les fournisseurs. Un échange peut se faire en direct sur les points bloquants via la plateforme afin de préciser ou éclaircir un point précis.
- Mise en ligne en temps réel sur la plateforme des résultats et de la cartographie de traçabilité.

3. Synthèse des pilotes

Cette dernière partie du rapport retrace les différents bilans organisés dans le cadre de ce pilote et des enseignements qui en sont ressortis, afin de les diffuser aux acteurs de la filière habillement ainsi qu'à l'ensemble de la filière Mode et Luxe pour l'accélération de la mise en œuvre de la traçabilité.

Les bilans de ce pilote ont été organisés en plusieurs temps :

- **Un bilan intermédiaire** a été organisé pour faire un point d'avancement et lever certaines problématiques.
- **Un bilan final pour chaque sous-pilote** a été réalisé avec chacune des deux solutions et les entreprises les ayant expérimentées. Ce bilan a consisté en la présentation et l'analyse des performances quantitatives et qualitatives des solutions sur la base des retours des entreprises et des freins rencontrés lors du pilote.
- **Un bilan final collectif** avec l'ensemble des entreprises du pilote a également été réalisé. Ce dernier a consisté en la présentation, à l'ensemble des entreprises, des résultats consolidés de chaque sous-pilote et de l'analyse de la performance globale de chacun. Les enseignements relatifs à l'implémentation d'un projet de traçabilité sur la base des retours d'expérience du pilote ont également été partagés. Un ultime atelier collaboratif sur les leviers pour faciliter la mise en œuvre de la traçabilité à l'échelle collective a également été mené avec les entreprises par l'animateur technique COSE361.

Le déroulé et les enseignements de chacun de ces bilans sont présentés plus en détail ci-après.

3.1. Le bilan intermédiaire

Aux trois quarts de la période de collecte des données, un bilan intermédiaire a été organisé pour chacun des sous-pilotes avec pour objectif de **faire un point sur l'avancement du pilote** entre la solution et les entreprises concernées mais également **d'échanger librement sur les contraintes de chacun et ainsi d'identifier et résoudre des éventuels points de blocage**.

A l'occasion de ce bilan intermédiaire pour chaque sous-pilote, **la solution de traçabilité testée a présenté les résultats d'avancement de la collecte de données par marque**.

Une première analyse des freins rencontrés par la solution et pour chacune des entreprises a également été partagée. Celle-ci a permis d'ajuster ou de réorienter certains points pour permettre d'atteindre l'objectif initial du périmètre du pilote.

En termes d'enseignements tirés des deux pilotes, des premiers freins ont ainsi été identifiés du côté des entreprises et des solutions par rapport à la chaîne de valeur des entreprises mais également au regard de la dimension collaborative du pilote. Ces freins sont détaillés ci-après par rapport aux entreprises du pilote, à leurs fournisseurs, aux solutions de traçabilité et enfin par rapport aux aspects collaboratifs de cette expérimentation.

- **Entreprises du pilote**

Par rapport aux entreprises du pilote, les freins suivants ont été remontés :

- **La structuration et la consolidation de la donnée** au sein des marques.
- **La qualité des données** au sein des marques : doublons, données mortes, oublis et informations non disponibles
- **L'engagement des équipes internes** : un manque d'information sur le pilote au sein des équipes opérationnelles a parfois été observé, souvent dû au manque d'expérience et de compétences sur ce sujet.

- **Le planning du pilote** qui s'est déroulé en période estivale.

- **Fournisseurs**

Par rapport aux fournisseurs, les freins suivants ont été remontés :

- **La complexité et l'hétérogénéité des réglementations nationales/internationales ainsi que leurs évolutions** peu ou pas connues
- **La période estivale de collecte de données** à éviter : absence des interlocuteurs (ex : période estivale pour l'Europe)
- **La complexité des filières** : certains profils de fournisseurs non impliqués : manque de relation avec la marque, petites quantités, traders pas toujours faciles à embarquer...
- Le manque de formalisation et d'anticipation de l'entreprise
- Pas toujours de cahier des charges listant les demandes
- Nécessité de gérer la confidentialité des données

- **Solutions de traçabilité**

Par rapport aux solutions de traçabilité, les freins suivants ont été remontés :

- **La gestion de projet** : trouver les bonnes formules pour onboarder les équipes (organisation de sous-groupes, à adapter selon les régions ou le nombre de personnes à former).
- **Les ressources** : besoin de ressources humaines et de compétences pour le management des marques et les onboardings des fournisseurs
- **La capacité à gérer la confidentialité** des données collectées.

- **Dimension collaborative du pilote**

Par rapport à la dimension collaborative du pilote, les freins suivants ont été remontés :

- **Le cadrage du pilote** : un manque d'éclaircissement sur le cadre opérationnel du pilote entre les différentes partie-prenantes qui a entraîné :
 - Une problématique de communication ou d'organisation solution/entreprise(s)
 - Un manque de relances pour la collecte des données environnementales : la priorité a été mise sur la traçabilité

3.2. Les bilans finaux

Comme expliqué précédemment, un bilan final a été organisé pour chaque sous-pilote avec la solution testée et les entreprises l'ayant expérimentée. Un ultime bilan final a également été réalisé avec toutes les entreprises du pilote afin de consolider les résultats de chaque sous-pilote et de permettre un partage d'expérience des étapes réalisées avec succès ainsi que des points de blocage. Ces bilans ont permis de tirer des enseignements clés pour accélérer la mise en œuvre de la traçabilité au sein de la filière Mode & Luxe et d'identifier des pistes d'actions.

Afin de faciliter la compilation et l'analyse des résultats de chaque sous-pilote, **une trame de rapport a été envoyée à chaque solution et chaque entreprise du pilote.**

- **Pour les marques** : un **rapport complet de près de 100 questions** a été réalisé et complété par chacune. Les grandes thématiques auxquelles les entreprises devaient répondre étaient les suivantes :
 - **Description du cadre du pilote** : organisation de l'entreprise et avec la solution
 - **Description du cadrage produit**
 - **Retour d'expérience par rapport à la solution** notamment l'adéquation avec le cahier des charges

- **Retour d'expérience sur le pilote en général**
 - **La suite envisagée à la suite de ce pilote et les besoins**
- **Pour les solutions :** un rapport distinct a également été réalisé et complété par chacune avec notamment des indicateurs sur la performance du pilote. Les grandes thématiques étaient les suivantes :
 - **Description du cadre du pilote :** organisation interne avec les entreprises et pour le pilote
 - **Le contexte du pilote :** périmètre, méthodologie, traçabilité
 - **L'analyse quantitative de la performance du pilote** (les indicateurs seront décrits ci-dessous)
 - **Un retour d'expérience** sur le pilote avec analyse qualitative
 - **La suite envisagée à la suite de ce pilote et les besoins**

Les marques ou solutions étaient également libres d'obtenir un retour d'expérience des fournisseurs.

Présentation des indicateurs de performance retenus pour l'analyse quantitative du pilote

Les indicateurs ci-dessous ont été calculés pour chacune des commandes tracées par entreprise et par solution.

Le niveau de traçabilité : cet indicateur correspond à l'étape de production jusqu'à où la solution a pu tracer chaque commande.

- 1 - Production de la fibre
- 2 - Filature
- 3 - Teinture fil
- 4 - Tissage ou tricotage
- 5 - Finition étoffe : teinture, impression
- 6 - Confection/assemblage
- 7 - Finition pièce : teinture et/ou impression, délavage

Le périmètre :

- Largeur du périmètre : collecte des données sur les matériaux et accessoires
- Indice de traçabilité : nombre d'étapes de production « génériques » tracées sur les composants principaux

L'indice de traçabilité « déclaratif » correspond à l'indice de traçabilité sans vérification légale ni transactionnelle.

L'indice de traçabilité « vérifié » correspond à l'indice de traçabilité avec vérification légale et transactionnelle.

L'indice de profondeur de la chaîne mesure le nombre d'acteurs recensés dans la chaîne de valeur, y compris les négociants, et permet ainsi de témoigner de la difficulté « potentielle » de traçabilité.

L'indice de vérification légale quantifie le nombre d'entreprises de la chaîne de valeur dont l'existence légale a été vérifiée. Cet indicateur permet d'apprécier le niveau de risque sourcing sur la chaîne de valeur.

L'indice de complexité indique le nombre d'étapes tracées et permet ainsi de mesurer la complexité industrielle du produit, et par conséquent d'expliquer des éventuelles difficultés de traçabilité.

L'indice de conformité réglementaire AGEC Article 13 reprend 4 informations requises par l'article 13 de la loi AGEC : traçabilité, incorporation de matière recyclée, microfibres plastiques, substances dangereuses (la méthode officielle pour calculer la recyclabilité n'ayant pas été définie à ce jour). Pour ce bilan, il a juste été demandé de confirmer si la solution avait pu répondre ou non à chaque information.

Les données d'impact environnemental : il a été demandé de confirmer si la solution avait réussi à collecter les données d'activités environnementales sur le périmètre tracé, sans analyser leur pertinence, en l'absence de méthodologie officielle en la matière.

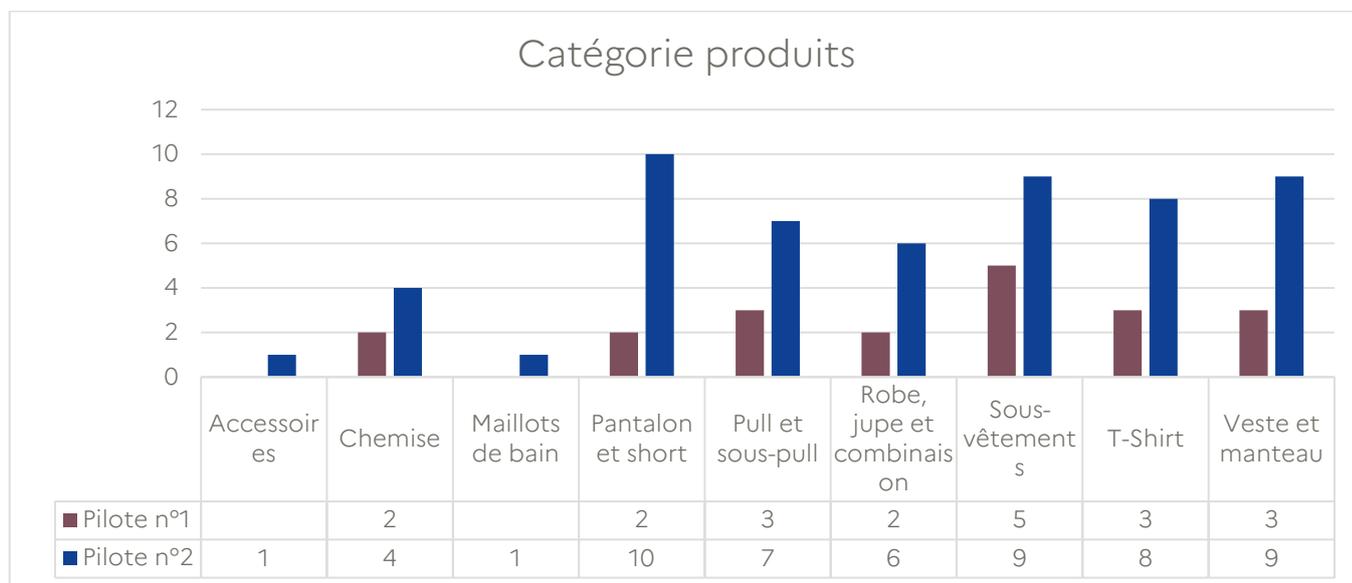
3.3. Les résultats consolidés du pilote

Cette sous-partie présente les résultats consolidés de chaque sous-pilote pour chacun des indicateurs de performance présentés.

3.3.1. Le cadrage produit

Le graphique ci-dessous présente la répartition du cadrage produit par catégorie de produit pour chaque sous-pilote (ces données ont été fournies directement par les entreprises). Ce cadrage était libre.

Tableau 8 - Cadrage produit



*Nombre de produits par catégorie de produit.

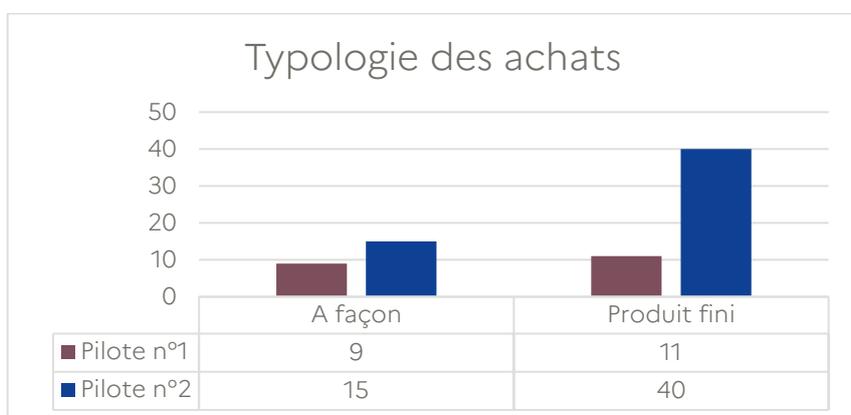
Le pilote habillement a ainsi consisté en l'expérimentation de :

- **la SOLUTION B** sur un échantillon de **20 commandes et références produit**
- **la SOLUTION A** sur un échantillon de **55 commandes et références produit.**

A noter que 5 % des commandes et références produit sont issus de l'upcycling. Celles-ci feront l'objet d'une analyse spécifique dans la suite du rapport.

3.3.2. La typologie des achats

Tableau 9 - Typologie des achats des entreprises participantes



3.3.3. Le nombre de fournisseurs directs impliqués dans le pilote

Pour rappel, l'expérimentation des solutions de traçabilité s'est faite sur 5 commandes de références produits par entreprise. Le pilote a ainsi impliqué au total :

- o Sous-pilote n°1 : 44 fournisseurs de rang 1
- o Sous-pilote n°2 : 80 fournisseurs de rang 1 (+ 220 fournisseurs pour l'expérimentation du module de conformité de la chaîne de valeur)

3.3.4. L'analyse de la performance du pilote

À noter que pour pouvoir analyser correctement les résultats combinés des 2 pilotes, les 2 entreprises qui ont participé au 2 pilotes ont été réparties sur chacun des pilotes. De cette façon, nous obtenons des données comparables sur le périmètre des 55 produits. Les données utilisées pour analyser les performances ci-dessous, ont été extraites des bilans restitués par les solutions.

Les indicateurs clés pour l'analyse de la performance du pilote ont été les suivants :

- La performance de traçabilité
- La conformité réglementaire : article 13 de la loi AGEC
- La collecte de données pour l'affichage environnemental

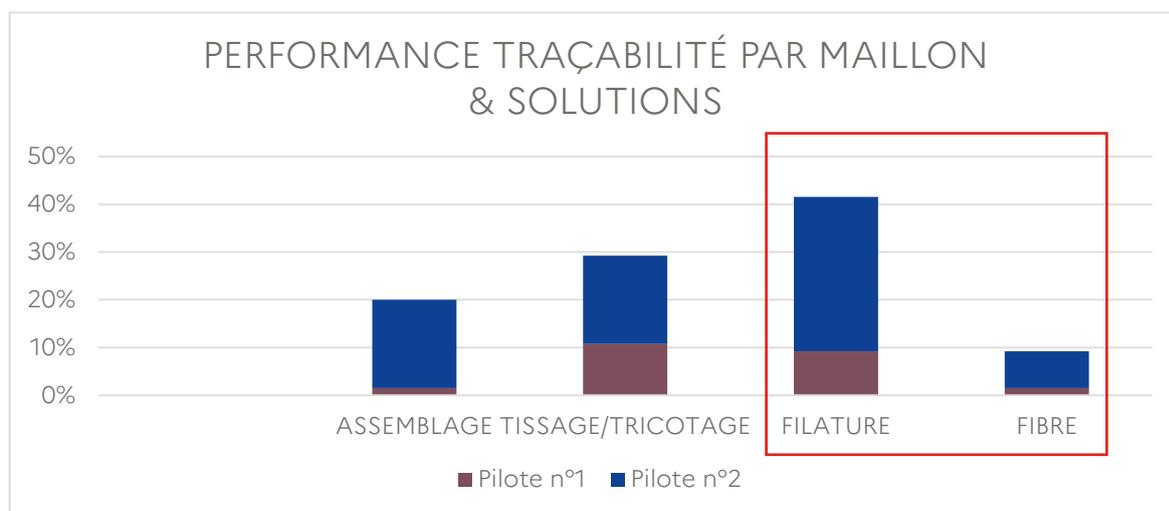
3.3.4.1. La performance de traçabilité sur la profondeur de la chaîne de valeur

L'objectif fixé par les entreprises du pilote était de tracer jusqu'au maillon « filature » (soit le rang 3).

Comme présenté dans le graphique ci-dessous (encadré en rouge) les résultats consolidés des deux sous-pilotes montrent que **l'objectif a été atteint pour 51 % des commandes tracées (dont le niveau de traçabilité correspond aux maillons filature ou fibres).**

Pour 10 % des commandes tracées, il a été possible de retracer jusqu'à la fibre.

Tableau 10 - Performance de la traçabilité par maillon et solution



Pour les 49 % des commandes restantes, il a été possible de retracer jusqu'au tissage pour 29 % et seulement jusqu'à l'assemblage pour 20 %. Les principales causes de blocage ont été :

- **La gestion de la confidentialité** : les fournisseurs des matières ou les traders n'ont pas souhaité donner l'information sur leurs propres sous-traitants.
- **Le temps et la priorisation** : les fournisseurs, déjà sursollicités par les marques pour compléter des données dans des tableaux Excel, ne souhaitent pas à nouveau « prendre du temps » pour compléter un outil supplémentaire. Également, certains fournisseurs de produits certifiés (et donc traçables) n'ont pas souhaité communiquer les informations concernant leurs sous-traitants.
- **Les « petites » quantités** : certaines commandes n'auraient pas été assez intéressantes en termes de volume pour passer du temps à compléter les informations de traçabilité. La notion de quantité est à relativiser : il peut s'agir de quantités importantes mais sans commune mesure avec les commandes des grands de la fast fashion.
- **Les outils informatiques** : certains fournisseurs font face à une problématique de digitalisation des informations et d'autres n'ont pas toujours accès à des outils adaptés.
- **Le manque de sensibilisation** : les fournisseurs non sensibilisés sur ces sujets n'y voient peu ou pas d'intérêt.

3.3.4.2. La performance réglementaire : la conformité avec l'article 13 de la loi AGECE

L'analyse de la performance réglementaire a été faite sur les 4 mentions dans le cadre du décret n° 2022-748 du 29 avril 2022 mettant en application l'article 13 de la loi AGECE : la traçabilité, l'incorporation de matière recyclée, la présence de fibres microplastiques et enfin de substances dangereuses.

- **La traçabilité**

Comme exigé dans le décret précédemment cité, l'information de la traçabilité auprès du consommateur doit mentionner le pays où s'effectue principalement chacune des opérations suivantes, lorsqu'elles existent :

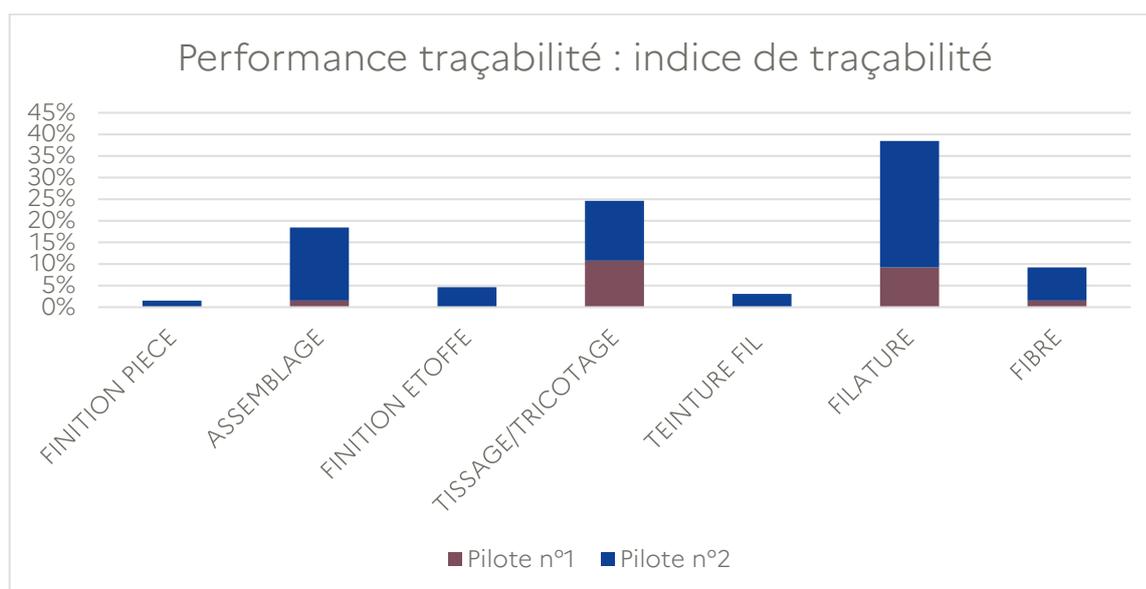
- Le tissage/tricotage
- La teinture et l'impression
- La confection.

L'opération de teinture et/ou d'impression pouvant être réalisées à différentes étapes du processus d'un vêtement, l'indice de traçabilité a ainsi été découpé sur les étapes de production génériques de la manière suivante :

	Etape :	Détail :
1	Production de la fibre	Regroupe les étapes d'extraction/culture/élevage jusqu'aux étapes de « préparation » de la fibre (égrenage, teillage, extrusion, mais aussi teinture fibre...)
2	Filature	
3	Teinture fil	
4	Tissage ou tricotage	
5	Finition étoffe	Teinture et/ou impression
6	Confection/assemblage	
7	Finition pièce	Teinture et/ou impression, délavage

Le graphique ci-dessous présente l'analyse de performance de traçabilité de chaque sous-pilote par rapport à ces 7 étapes génériques :

Tableau 11 - Indice de traçabilité



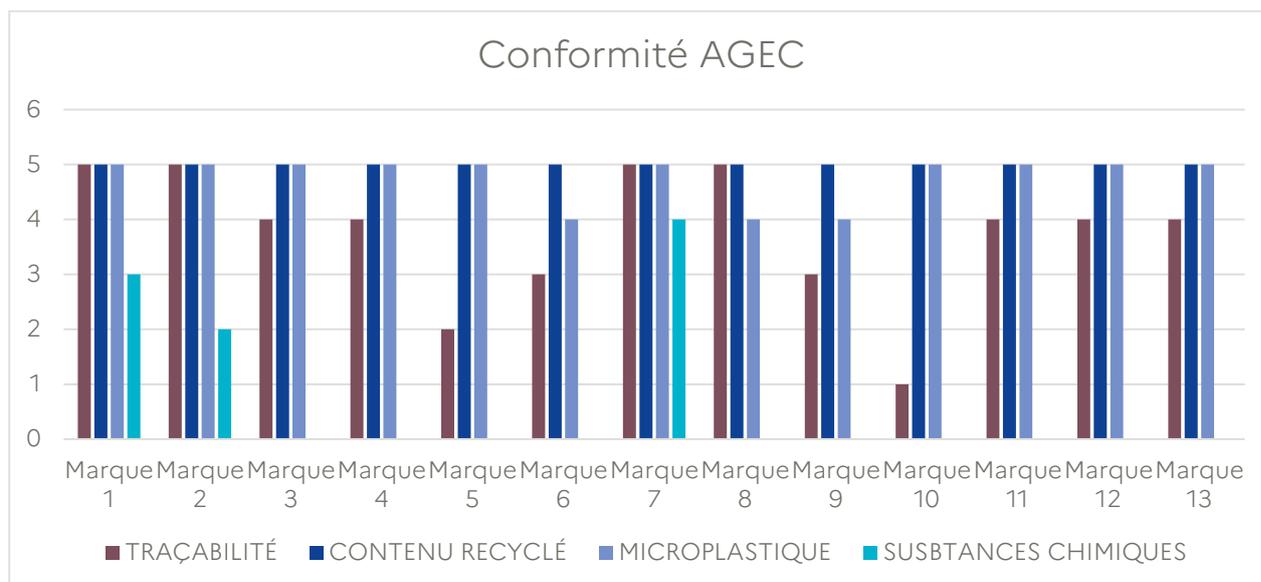
À celui-ci s'ajoute la capacité à collecter les données liées aux informations suivantes :

- **Incorporation de matière recyclée :** il a été possible pour **100 % des commandes tracées de** collecter l'information fournie par les sous-traitants grâce à des certifications. Il convient de noter qu'il n'y a pas de vérification automatique des certifications.

- **Relargage de microfibres plastiques :** il a été possible pour **95 % des commandes tracées** de collecter l'information relative à la présence de matières synthétiques.
- **Substances dangereuses :** il a été possible pour **14 % des commandes tracées** de collecter les informations liées aux substances dangereuses présentes dans les produits.

Le graphique ci-dessous présente le niveau de conformité sur ces différentes mentions sur les 5 références commandes tracées pour chacune des entreprises du pilote.

Tableau 12 - Collecte des données pour répondre aux exigences de l'article 13 de la Loi AGECE

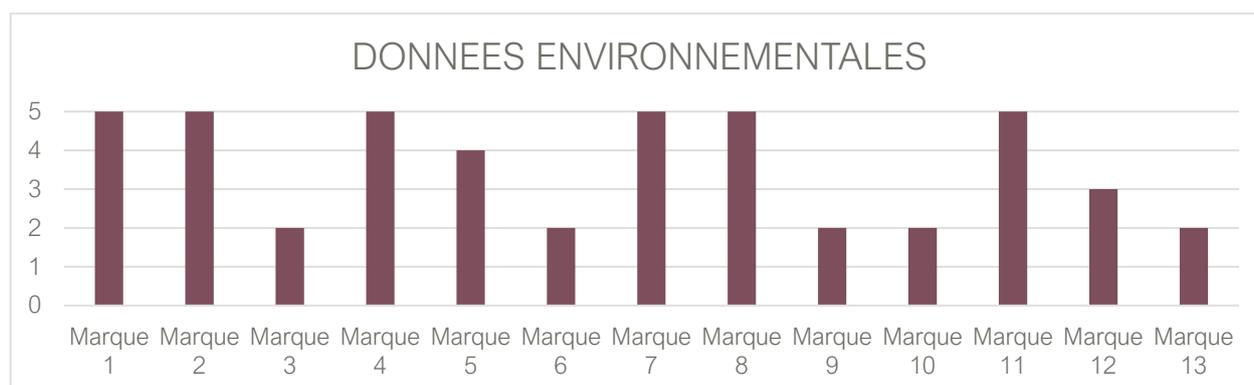


3.3.4.3. La performance sur la collecte de données

L'expérimentation des solutions a permis, en plus des données de traçabilité, de collecter des données d'activité pour le calcul d'impact environnemental. La pertinence de ces données n'a pas été analysée en l'absence de méthodologie officielle en la matière.

Le graphique ci-dessous met en évidence, pour chaque entreprise du pilote, sur combien de commandes sur les 5 tracées, il a été possible de collecter des données d'activités pour le calcul d'impact environnemental. Aussi, ce graphique ne met pas en évidence le niveau de données d'activités qui a pu être collecté pour chacune de ces commandes.

Tableau 13 - Collecte de données environnementales



En synthèse, il faut donc retenir que :

L'objectif de traçabilité à minima jusqu'à la filature a été atteint pour **51% des commandes tracées**

La conformité réglementaire au décret d'application de l'article 13 de la loi AGEC et plus particulièrement sur **la mention de la traçabilité** de l'origine géographique de la confection, de la teinture et de l'impression ainsi que du tissage a été atteint pour **75 % des commandes tracées**.

L'objectif de collecter des données d'activité environnementales a été atteint pour **74% des commandes tracées** (sans considération du niveau d'informations collectées).

3.3.5. Le cas de l'upcycling

Le pilote a également été l'occasion d'expérimenter une des solutions de traçabilité sur des produits en upcycling réalisés à partir de gisements dits « post-consommateurs » de produits utilisés. Il s'agit d'un sujet pionnier et le déploiement de solutions de traçabilité sur de tels produits a encore été peu étudié.

Pour ce cas de l'upcycling et des commandes concernées, trois principaux objectifs ont alors été fixés pour le pilote :

- **Comprendre le cas particulier de l'upcycling** et identifier ses implications en termes de traçabilité.
- **Identifier les cas d'usages de la traçabilité des produits réalisés en upcycling** et mettre en évidence les différences et points communs avec les produits dits « *conventionnels* ».
- Tester l'adaptabilité de la solution de traçabilité aux cas d'usages particuliers de l'upcycling

Pour répondre à ces objectifs spécifiques, quatre étapes clés ont été réalisées avec l'entreprise et la solution de traçabilité concernées :

- **La réalisation d'un diagnostic interne** dans l'entreprise concernée sur les processus de développement et de production des produits réalisés en upcycling.
- L'identification des données à collecter au sein de cette entreprise.
- **La modélisation de l'adaptation de la solution de traçabilité** pour la collecte de données relative aux commandes de ces produits en upcycling.
- **L'expérimentation de la solution** auprès des fournisseurs concernés.

Au titre des enseignements, des difficultés ont été rencontrées pour l'implication des fournisseurs et plus particulièrement des collecteurs des gisements post-consommateurs, notamment en raison de l'absence de solutions de traçage sur le textile et le vêtement, du faible niveau d'outillage et de digitalisation ainsi que du manque de temps. La gestion de projet a également rencontré des difficultés pour l'onboarding en raison du manque de temps dû aux impératifs et aléas des autres commandes tracées dans le cadre du pilote. Aussi, l'upcycling étant un sujet très spécifique avec des cas d'usages différents des modèles linéaires traditionnels, l'intérêt de la traçabilité sur ce modèle de production a pu être abordé mais le temps et les moyens manquaient pour mener en profondeur ce cas spécifique. Néanmoins, celui-ci a permis d'entamer des travaux en la matière, de mieux comprendre les cas d'usages et les acteurs de la chaîne de valeur upcycling et d'initier la collecte d'une partie des données de traçabilité. **Il peut être utile d'approfondir l'étude des cas d'usages spécifiques de l'upcycling mais un point crucial reste les solutions physiques de traçabilité liées à la matière ou au vêtement.**

3.3.6. Analyse des solutions par rapport au cahier des charges

Pour rappel, à la suite des auditions finales, les entreprises du pilote ont été invitées à noter chaque solution de traçabilité sur l'ensemble des critères énumérés dans le cahier des charges qui ont été retranscrits dans la grille d'évaluation développée.

Un premier constat: d'une façon générale, le niveau de maturité des solutions est apparu faible par rapport aux différents éléments clés identifiés dans le cahier des charges et aucune des solutions ne semblait répondre à l'ensemble des besoins exprimés par les entreprises.

A la suite de l'expérimentation de ces deux solutions, ces éléments du cahier des charges ont été réévalués pour chaque solution testée, afin de vérifier si la solution permettait effectivement d'y répondre.

Tableau 14 - Analyse de la performance des solutions par rapport aux exigences du cahier des charges

Critères de réponses au cahier des charges des solutions testées				
CRITÈRES		DÉTAIL	Pilote n°1	Pilote n°2
GENERAL	PRINCIPE DE TRAÇABILITÉ	TRAÇABILITÉ MONTANTE	X	X
		TRAÇABILITÉ DESCENDANTE		X
	PRINCIPE DE FONCTIONNEMENT	CENTRALISÉ METTEUR EN MARCHÉ	X	
		DÉCENTRALISÉ RÉSEAU		X
	SPECIALISATION	GÉNÉRALISTE		
		SPECIALISTE VÊTEMENT & CHAUSSURE	X	X
	MATURITÉ / EXPERIENCE	JUNIOR < 2 ANS		
		MOYEN > 2 - < 5	X	X
		SENIOR > 5		
	PENETRATION MARCHÉ FRANÇAIS	FAIBLE		X
FORTE		X		
PENETRATION MARCHÉ INTERNATIONAL	FAIBLE	X		
	FORTE		X	
COLLECTE	PÉRIMÈTRE	MATIÈRES PREMIÈRES	X	X
		TRANSFORMATION	X	X
		ASSEMBLAGE	X	X
		USAGE		
		FIN DE VIE		
	DONNÉES TRACÉES	IDENTIFICATION/ORIGINE	X	X
		TRANSACTION		X
		CONFORMITÉ RSE	X	X
		QUALITÉ		X
		IMPACT ENVIRONNEMENTAL	X	PARTIEL
	GRANULARITÉ	CHAÎNE DE VALEUR (CV)	X	X
		CV + PRODUIT	X	X
		CV + PRODUIT + COMMANDE		X
		CV + PRODUIT + COMMANDE + PIÈCE		
		FORMULAIRES	X	
	OUTILS DE COLLECTE	PLATEFORME		X
		INTERFACES SPÉCIFIQUES (TEL, ...)		
	ACCOMPAGNEMENT À LA COLLECTE	ONBOARDING & SUIVI	X	X
		SOUS-TRAITANCE COLLECTE	X	
		GESTION DOCUMENTAIRE	X	X
	AUTOMATISATION	RELANCE	X	X
		VERIFICATION	PARTIEL	PARTIEL
		COLLECTE (upload, API, ...)	PAS TESTÉ	PAS TESTÉ
		ALERTES	X	X
	VERIFICATION	CERTIFICATION SITE	X	X
		CERTIFICATION PRODUIT	PARTIEL	PARTIEL
		DONNÉES NON CERTIFIÉES (TRAÇABILITÉ, QUALITÉ, TRANSACTIONNEL, IMPACT)		

CRITÈRES		DÉTAIL	Pilote n1	Pilote n2
FONCTIONNALITÉS	CARTOGRAPHIE	LOGIGRAPHIE TRAÇABILITÉ	X	X
		PLAINESPIÈRE	X	X
	INTERFACE	MARQUE	X	X
		FOURNISSEUR	X	X
	ANALYSE & REPORTING	TRAÇABILITÉ	X	X
		QUALITÉ	PARTIEL	PARTIEL
		AGEC	X	
		SOURCING / ACHAT		
		DEVOIR DE VIGILANCE		X
		IMPACT ENVIRONNEMENTAL	X	
	MARIAGE PRODUIT	IMPACT SOCIAL		
		GR CODE	X	PARTIEL
		NFC		
		RFID		
		CHIMIQUE		
COMMUNICATION	BIOMARQUEURS			
	WIDGET/PAGE WEB	X	X	
TECHNOCITÉ	STANDARDISATION	APPLICATION MOBILE		
		CONFORME STANDARD GS1		
		CONFORME STANDARD UNECE		
	INTEROPÉRABILITÉ	INTEROPÉRABILITÉ ENTREPRISE	PAS TESTÉ	PAS TESTÉ
		INTEROPÉRABILITÉ CONCURRENT		
	INTERFAÇAGE	PLM, ERP	X	X
		LABEL		PARTIEL
		CERTIFICATEURS		
	HEBERGEMENT	BASES DE DONNÉES PSE		
		UE	X	X
SECURITÉ	HORS UE			
	CONFORMITÉ SECURITÉ	PAS TESTÉ	PAS TESTÉ	
GOUVERNANCE	GESTION CONFIDENTIALITÉ	EQUITABLE ENTRE PARTIES PRENANTES		
		PROMETTEUR EN MARCHÉ	X	X
	GARANTIES FOURNISSEUR	ACCORD DE CONFIDENTIALITÉ	X	
SERVICES END-USER	TRANSPARENCE	CONDITIONS D'UTILISATIONS	X	X
		VOLET CONSOMMATEUR PARAMÉTRABLE	X	X
	ERGONOMIE	USER FRIENDLY	X	X
SERVICES SOLUTION	SERVICE CLIENT	LANGUE FR	X	X
		LANGUES PAYS PRODUCTION	X	X
	SERVICE CHAÎNE DE VALEUR	HELP DESK CLIENT	X	X
GESTION PROJET	EQUIPE PROJET	ACCOMPAGNEMENT CLIENT	X	X
		HELP DESK FOURNISSEUR	X	X
BUSINESS MODEL	ACCESSIBILITÉ	ACCOMPAGNEMENT FOURNISSEURS		
		TAILLE		
		COMPÉTENCE	X	X
		DISPONIBILITÉ	X	X
		LISIBILITÉ OFFRE		
		RENTABILITÉ PROUVÉE		
		PAYANT FOUR FOURNISSEURS NON CLIENT		
		OFFRE FOURNISSEUR		X

Analyse des critères du cahier des charges et de leur prise en compte par les outils.

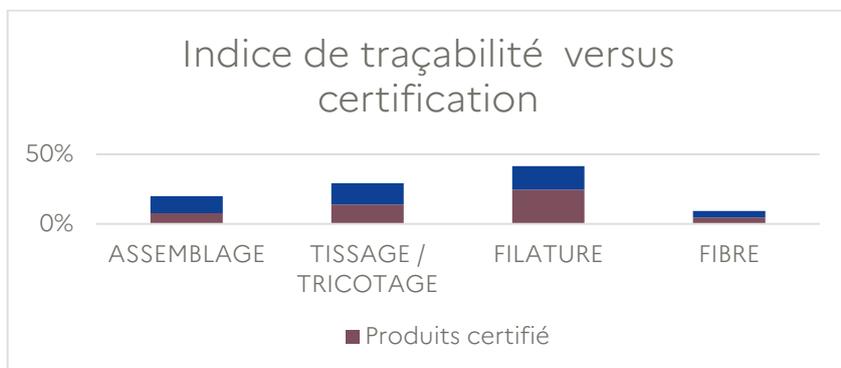
3.3.7. La traçabilité et les idées reçues

A travers l'analyse quantitative et qualitative des résultats du pilote, il a également été possible de mettre en évidence de manière objective certaines idées reçues dans la mise en œuvre de la traçabilité. Les principaux enseignements sont ainsi présentés :

- **Indice de traçabilité vs certifications**

Dans le cadre du pilote, les entreprises ont majoritairement sélectionné des produits certifiés (e.g. GOTS, GRS, OCS, RWS, RDS...). Le graphique ci-dessous compare l'indice de traçabilité obtenu entre les produits certifiés et non certifiés. Il est difficile d'en tirer une conclusion définitive à ce stade.

Tableau 15 - Indice de traçabilité VS certification



Pourcentage de produits tracés jusqu'à l'étape

De plus, dans le cas où les produits étaient certifiés, certains acteurs n’ont pas souhaité répondre aux sollicitations complémentaires des solutions de traçabilité. Deux raisons ont été évoquées :

- **La confidentialité** : la certification offre une garantie de traçabilité des produits par une tierce partie tout en garantissant la confidentialité de la chaîne de valeur.
- **La gestion du temps** : les diverses sollicitations multiformes des marques pour répondre à des informations de traçabilité. De plus, la certification est une démarche volontaire mais qui implique une charge de travail supplémentaire.

Il faut néanmoins souligner que la présence de labels, de certifications si ces derniers sont sérieux apportent un gage de qualité et dans certains cas apportent des réponses en matière environnementale.

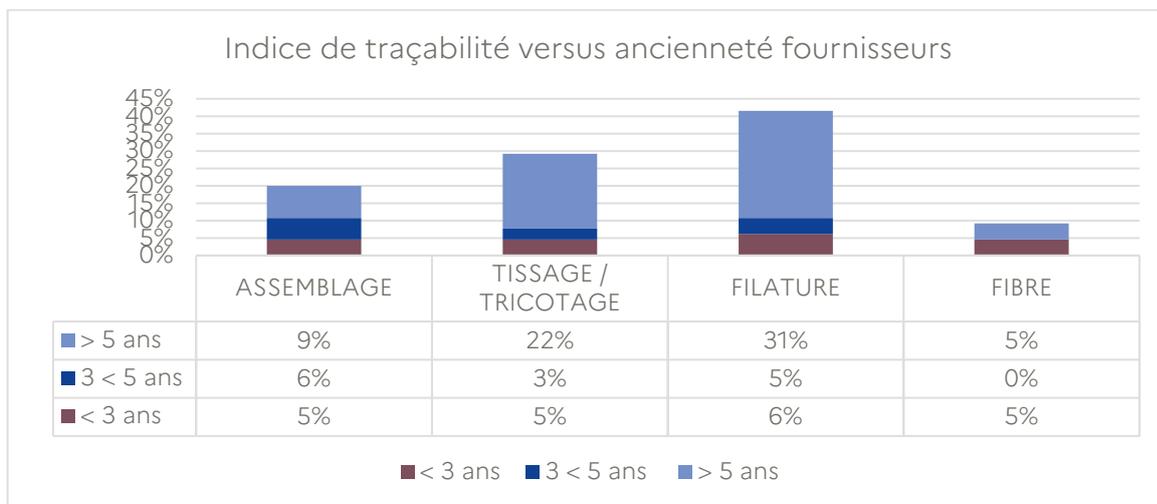
• **Indice de traçabilité vs ancienneté des fournisseurs**

Les fournisseurs ont été répartis en 3 catégories, selon l’ancienneté de leur relation avec les entreprises du pilote :

- les **fournisseurs récents** avec une relation inférieure à 3 ans.
- les **fournisseurs moyen-terme** avec des partenariats datant de 3 à 5 ans.
- les **fournisseurs long-terme** avec des partenariats datant depuis plus de 5 ans.

Le graphique ci-dessous montre ainsi sans équivoque que l’on obtient un meilleur indice de traçabilité lorsque la relation avec les fournisseurs repose sur des partenariats établis de longue date.

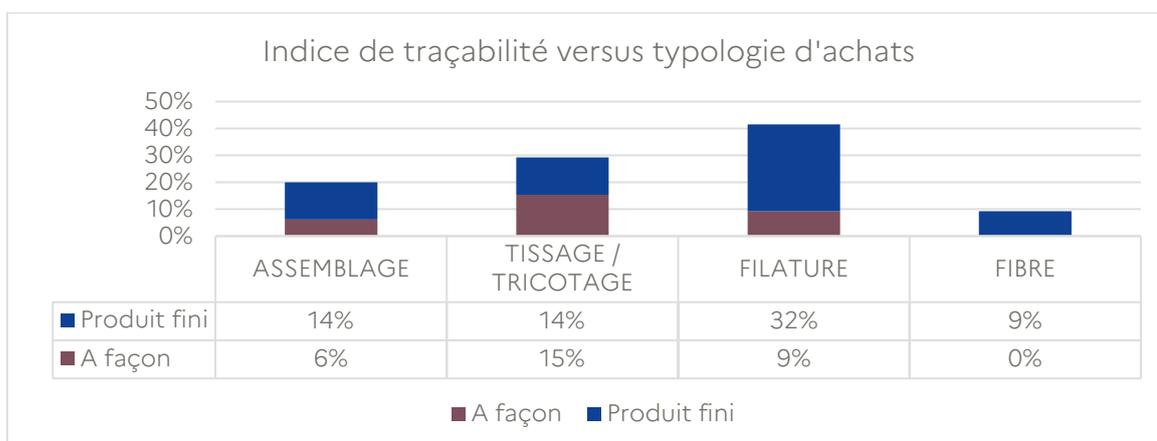
Tableau 16 - *Indice de traçabilité VS ancienneté de la relation avec le fournisseur*



• **Indice de traçabilité vs typologie d’achats**

Le 3ème constat concerne l’indice de traçabilité selon la typologie d’achat. Celui-ci est nettement inférieur sur les produits achetés « à façon » consistant en l’achat des matières et accessoires directement par la marque. Ces résultats inférieurs s’expliquent notamment par le fait que, pour les achats à façon, les marques ont renseigné dans la plateforme de traçabilité la commandes de production (pour la confection) et les commandes matières, sans qu’un lien ait été fait entre ces commandes. Cela a été mal anticipé par les solutions et a mis en évidence une difficulté de gestion de la collecte de données dans ces plateformes pour les produits achetés à façon

Tableau 17 - *Indice de traçabilité VS typologie d'achats*



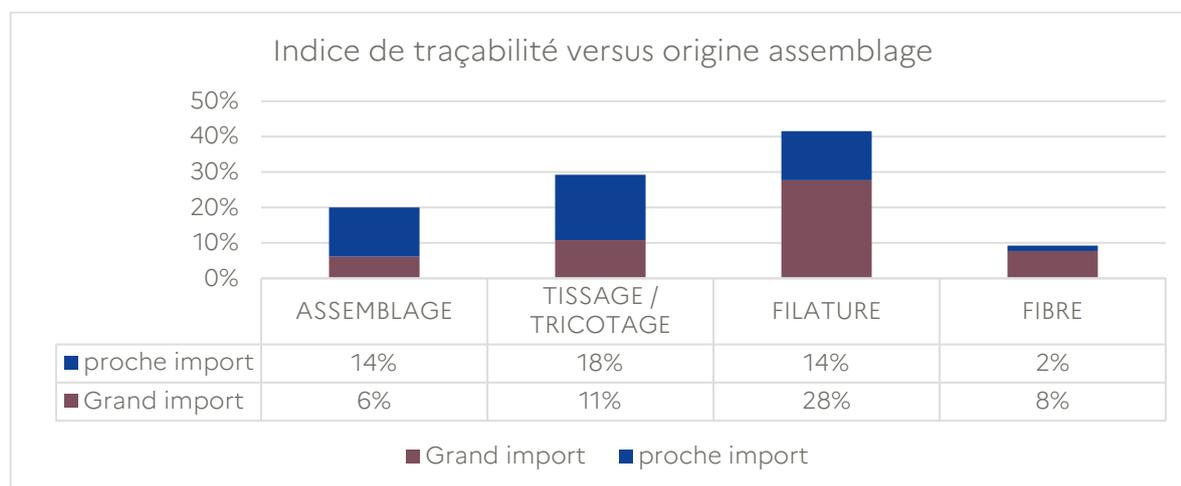
- **Indice de traçabilité vs origine de la confection**

L'analyse des résultats montre un indice de traçabilité inférieur pour les produits assemblés en proche import par rapport au grand import. **Sur la totalité des produits en grand import, 64 % a obtenu un indice de traçabilité jusqu'à la filature et 84 % a pu être tracé sur les étapes requises par la loi AGECE.**

Ce constat peut paraître étonnant et deux explications ont été données par les entreprises du pilote :

- **Proche import** : il existe des freins à la communication des informations de l'origine des étoffes pour des raisons de confidentialité et à de charge de travail supplémentaire.
- **Grand import** : les chaînes de valeurs basées sur les zones dites « plus à risque » type Asie sont davantage sensibilisées et habituées à répondre sur ces sujets.

Tableau 18 - Indice de traçabilité VS origine de l'assemblage



En synthèse, il faut donc retenir que :

La certification/traçabilité papier → Pas de corrélation avec la performance de traçabilité digitale

Relation fournisseur → Plus la relation est stable, meilleur est l'indice de traçabilité

Typologie d'achat → La gestion des achats à façon n'est pas encore gérée à 100 % par les solutions de traçabilité

Origine des produits → Le grand import est plus habitué tandis que le proche import peut se montrer réticent à une plus grande transparence du fait de la confidentialité et de la charge de travail.

3.3.8. Les difficultés de mise en œuvre de la traçabilité

Le pilote a fait apparaître certaines difficultés à la mise en œuvre de la traçabilité.

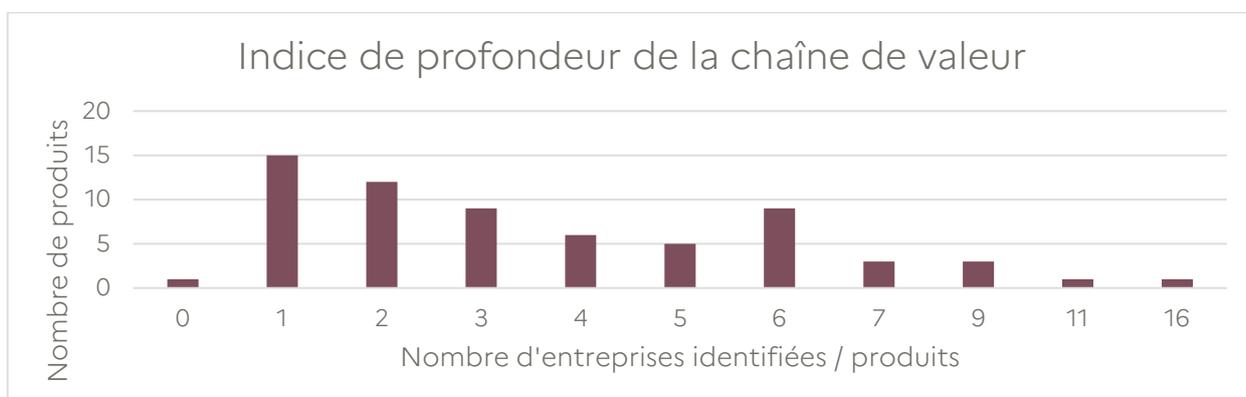
Des difficultés ont été rencontrées par rapport :

Au format de ce projet collaboratif regroupant plusieurs marques avec des modes opératoires et des gouvernances diverses. Ces difficultés ont été mises en avant lors des bilans intermédiaires.

Par rapport à la mise en œuvre intrinsèque de la traçabilité au regard de la profondeur des chaînes de valeur, de leur complexité et de la diversité des acteurs impliqués. Cet aspect est d'autant plus important qu'il a été fait un choix limité de données. Même sur un périmètre restreint, la traçabilité reste compliquée à mettre en œuvre. Aujourd'hui du moins car sa pratique n'est pas encore généralisée. Or, ce point est amené à évoluer fortement. Profondeur des chaînes de valeur

L'indice de profondeur de la chaîne de valeur a permis de mesurer le nombre d'acteurs impliqués et identifiés pour chacune des commandes tracées. Pour rappel, cet indice comptabilise les fournisseurs réalisant les différentes activités de production mais également les négociants tout au long de la chaîne. Aussi, il permet de témoigner de la difficulté potentielle de retracer les produits.

Tableau 19 - Indice de profondeur de la chaîne de valeur



La moyenne pour les matières principales* des commandes des références produit tracées est de 6 entreprises.

On notera toutefois que sur 1 commande, il a pu être identifié jusqu'à 16 acteurs différents pour une même matière.

* Même si les solutions ont tracé l'ensemble des composants des commandes des références produits, les résultats ont été comparés uniquement pour la matière principale afin de faciliter l'analyse.

- **Complexité des chaînes de valeur**

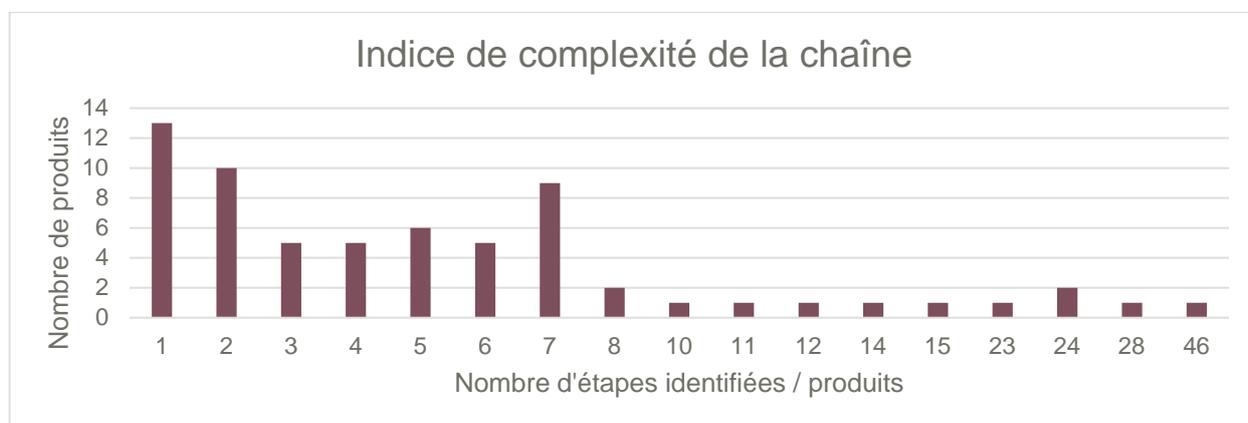
Par rapport au précédent indice, **l'indice de complexité des chaînes de valeur permet de mesurer la complexité de la traçabilité par rapport au nombre d'étapes de production identifiées par commande tracée** en incluant ses composants (et non le nombre d'acteurs).

Aussi, pour une commande d'une référence produit d'une entreprise par exemple, il a pu seulement être retracé deux étapes de production pour la matière principale, tandis qu'au total, 46 étapes ont pu être retracées si l'on prend en compte l'ensemble des composants.

Pour l'ensemble des commandes de références produit tracées, on obtient une moyenne à 7.5 étapes tracées par produit soit 414 étapes.

Il convient de plus de souligner que à la priorité a été mise sur un nombre limité de données relativement simples (principalement zone géographique, loi AGEC, labels/certificats).

Tableau 20 - Indice de complexité de la chaîne de valeur



- **L'indice de traçabilité déclaratif et vérifié**

Pour les deux sous-pilotes, seules 4 commandes sur 65 ont obtenu une traçabilité vérifiée (soit 6 %) ⁵.

Il y a donc une forte disparité entre l'indice de traçabilité déclaré (en moyenne 4.6/7) et l'indice vérifié (proche de 0/7) en raison des difficultés de collecte de preuves de transaction entre les 7 différents maillons (finition pièce, assemblage, finition étoffe, tissage/tricotage, teinture fil, filature, fibre).

La question de la véracité des données et des informations reste clé.

- **Indice de vérification légale**

Au total, l'existence légale des acteurs de la chaîne a pu être vérifiée pour 75% des commandes tracées. Ceci s'explique principalement grâce à la collecte des certificats (scope certificats ⁶) qui assurent une vérification de l'existence légale des entreprises certifiées. Sur les 25% restants, les chaînes de valeur étaient souvent plus longues.

⁵ Correspond à l'indice de traçabilité avec une vérification d'existence légale de l'entreprise et d'une preuve transactionnelle

⁶ Scope certificat, ou certificat de portée : les entreprises qui ont démontré leur capacité à se conformer aux exigences d'une norme par un organisme de certification agréé se voient délivrer un certificat de portée. Il signifie que l'entreprise est autorisée à transformer les produits certifiés figurant sur sa liste.

- **Indice de trading**

Un travail important a été réalisé par les entreprises sur l'onboarding des traders ⁷.

Pour l'ensemble des commandes de références produit tracées, 49 traders ont été identifiés seulement sur la matière principale du produit. Cela représente moins de 1 trader par étoffe.

Si l'on regarde les indices de traçabilité obtenus par rapport au nombre de traders identifiés pour les commandes tracées, les résultats ne permettent pas de tirer de conclusion générale. Par exemple, pour une commande, 4 traders ont été identifiés alors qu'il a été obtenu un indice de traçabilité jusqu'à la fibre. Pour une autre commande, l'interlocuteur direct de l'entreprise était un trader et la traçabilité s'est arrêtée là.

En synthèse, ce qu'il faut retenir :

Une **profondeur des chaînes de valeur** pouvant aller **jusqu'à 16 acteurs identifiés** sur le périmètre tracé.

Une **complexité des chaînes de valeur** pouvant impliquer **jusqu'à 48 étapes** sur le produit et ses composants.

Les certifications facilitent la vérification de l'existence légale des entreprises. Plus la profondeur de la chaîne est importante **moins la vérification de l'existence légale de chaque entreprise impliquée est facile.**

La vérification « transactionnelle » (à la commande) n'est pas garantie par toutes les solutions.

Aucune conclusion générale ne peut être faite quant aux traders qui ne sont pas forcément un frein à la traçabilité.

3.3.9. Les freins à la traçabilité

Sur la base de la compilation des rapports complétés par les entreprises du pilote et les deux solutions de traçabilité testées et des divers échanges lors des bilans, plusieurs freins à la mise en œuvre de la traçabilité ont été identifiés.

Ces freins ont été classés en 3 grandes catégories :

- Les freins dits « méthodologiques »
- Les freins dits « structurels »
- Les freins dits « économiques »

- **Les freins méthodologiques**

Les freins méthodologiques regroupent toutes les difficultés identifiées dans la mise en œuvre opérationnelle du pilote, quelle que soit la partie prenante (entreprises, fournisseurs, solutions de traçabilité) et l'étape du projet.

Des difficultés ont été notées sur l'ensemble du déroulement du pilote : à l'occasion de la phase préparatoire, du lancement, mais également du pilotage et l'analyse des résultats.

A l'occasion de la phase préparatoire, les principaux freins suivants ont été identifiés :

Le périmètre des données

⁷ Trader : un trader est un négociant. C'est donc une partie prenante dans la chaîne de valeur qui peut intervenir à n'importe quel niveau.

Il a été fait un choix collectif de ne pas fixer d'objectifs en termes de nombres de données environnementales à collecter. Or, l'objectif de diminution de l'impact environnemental et social nécessiterait une collecte plus importantes de données, notamment sur les émissions de CO², l'utilisation de l'eau, les intrants, l'existence de process vertueux (recyclage, circularité.....).

Le périmètre produit du pilote

Le périmètre produit était insuffisant pour « tester au plus proche du réel » la solution. Le cadrage du pilote a été limité à 5 commandes de références produits par entreprise. Pour certaines entreprises, une expérimentation sur un échantillon de commandes plus important sur l'ensemble de l'offre aurait permis d'obtenir une analyse plus représentative.

La mobilisation des équipes internes des entreprises du pilote

Du fait de ce périmètre limité du pilote et de la décision des entreprises de confier la gestion du pilote principalement aux équipes RSE, celles-ci ont rencontré des difficultés pour mobiliser les équipes en interne. Les équipes étaient peu sensibilisées sur la traçabilité et les solutions digitales et ne se sentaient pas toujours concernées par le sujet.

Le manque de connaissance des solutions des différents fonctionnements des entreprises

Il est aussi apparu un manque de connaissance de la part des solutions concernant le « modèle » des marques et la nécessité de mettre en place une feuille de route détaillée pour la conduite opérationnelle du pilote chez chacune d'entre elles.

Le faible niveau de maturité des fournisseurs sur le sujet de la traçabilité

Enfin, selon les retours des entreprises et des solutions de traçabilité lors des bilans, le pilote a mis en évidence une faible maturité des fournisseurs sur la traçabilité et le contexte règlementaire français (loi AGECE) ainsi qu'une connaissance limitée des solutions de traçabilité digitale.

A l'occasion du lancement, les principaux freins suivants ont été identifiés :

L'engagement des équipes internes et le planning du pilote par rapport aux vacances d'été

La difficulté à mobiliser l'ensemble des équipes ainsi que le lancement du pilote pendant l'été ont rendu plus difficile l'accès au bon interlocuteur « technique » pour résoudre d'éventuels points de blocage.

La complétude et la véracité des données internes dans les entreprises

Pour lancer la collecte de données auprès des fournisseurs dans la plateforme, les entreprises devaient mettre à disposition des solutions de traçabilité les références produits qu'elles souhaitaient tracer, les nomenclatures ainsi que les commandes correspondantes de production (pour la confection) et de matières (dans le cas d'achats à façon).

La collecte de ces informations internes s'est avérée complexe. En effet, leur analyse par les solutions de traçabilité a souvent mis en lumière des erreurs. Également, la collecte de données a parfois mis en évidence l'inexactitude de ces informations. Par exemple, le fournisseur indiqué pour la commande n'était pas le bon et l'information n'avait pas été mise à jour. Cela a impliqué des aller-retours avec les marques. Ces difficultés ont témoigné de l'importance de la complétude et de la véracité des données internes dans les entreprises pour mettre en œuvre la traçabilité.

L'onboarding des fournisseurs

L'onboarding des fournisseurs par la solution de traçabilité a souvent été chronophage bien que le nombre d'informations demandées était limité. Il est aussi étroitement lié au relationnel avec les marques. Il est ressorti

que lorsque celles-ci entretiennent une collaboration peu étroite avec leur rang 1, le fournisseur direct est souvent plus réfractaire à communiquer des informations et à prendre du temps pour compléter les données demandées.

Le manque d'exhaustivité des cas d'usages

Le manque de connaissances exhaustives des solutions de traçabilité des « cas d'usages » définissant les marques (achat à façon, fournisseur verticalisé ⁸ ...), a parfois rendu difficile la collecte de données. Un diagnostic préalable pour mettre en évidence le fonctionnement de la marque en amont du déploiement de la solution de traçabilité permettrait ainsi de limiter cette difficulté.

La sursollicitation des fournisseurs et le manque d'harmonisation des demandes des marques

La sursollicitation et le manque d'harmonisation des demandes clients créent un investissement temps et un coût supplémentaire pour les fournisseurs, qui n'ont souvent pas été anticipés au début des collaborations avec les marques.

Les onboardings collectifs et les onboardings des maillons indirects

Pour la SOLUTION A qui a fait le test d'onboarder les fournisseurs directs de façon collective, cela n'a pas toujours été positif. Les fournisseurs n'arrivaient pas toujours à s'appropriier la solution et à poser leurs questions, y compris sur des aspects fonctionnels de la solution. Sur la base des retours des entreprises du pilote et des solutions de traçabilité, il est ressorti que les fournisseurs indirects, n'ayant pas de lien direct avec les marques, voyaient peu d'intérêt au pilote. Cela a rendu leur onboarding difficile.

A l'occasion du **pilotage**, les principaux freins suivants ont été identifiés :

Des difficultés pour piloter le collectif « inter-entreprises »

Le pilotage d'un projet collectif « inter-entreprises » a permis d'identifier les fonctionnements « différents ». Le management opérationnel des étapes n'est pas toujours structuré de la même manière. Les solutions doivent donc souvent « s'adapter » aux besoins des entreprises pour les reporting projet.

La sous-traitance de la traçabilité

Pour une des solutions de traçabilité, la collecte de données était essentiellement gérée par celle-ci. Bien que ce modèle de sous-traitance implique **un gain de temps pour la marque, il y a néanmoins une diminution de la maîtrise du sujet et des apprentissages par l'entreprise**, qui peut se révéler problématique sur le long terme. Néanmoins, cela a déjà permis aux entreprises de prendre la mesure du sujet.

Les difficultés liées au relationnel fournisseurs- marques et manque d'automatisation

Du côté de l'industrie, le manque d'automatisation représente une nouvelle charge de travail et donc une hausse des coûts indirects, ce qui explique aussi le refus de s'impliquer sur ce sujet.

L'évolution rapide des exigences réglementaires

En transverse sur l'ensemble des parties prenantes, **l'évolution rapide des exigences réglementaires** n'est pas toujours facile à gérer et appréhender.

⁸ Marque avec fournisseur de production intégrée à la marque ou au groupe financier.

A l'occasion de l'analyse, les principaux freins suivants ont été identifiés :

Les indicateurs de performance non définis et harmonisés

Que ce soit pour les entreprises ou pour les solutions de traçabilité, **le fait de ne pas avoir défini et harmonisé d'indicateurs de performance en amont a été un frein.**

La faiblesse voire l'absence de retours des fournisseurs

Durant ce pilote, **peu de retours directs des fournisseurs** ont été restitués.

- **Les freins structurels**

Les freins structurels englobent toutes les difficultés liées à la structuration et à la technicité de la traçabilité.

À l'occasion de ce pilote, les principaux freins suivants ont été identifiés :

La standardisation des données et des indicateurs de performance

Que ce soit au niveau des marques, des fournisseurs de leurs chaînes de valeur ou des solutions de traçabilité, les données collectées ne sont pas toujours les mêmes, ni exprimées dans les mêmes valeurs. D'autres solutions peuvent contenir des informations liées à la traçabilité (Textile Exchange, ICS...). **Il ressort qu'il est important de mettre en place une standardisation des données et des indicateurs de performance, pour faciliter la collecte des informations et l'industrialisation des solutions de traçabilité. Une première étape doit consister à identifier les données prioritaires à standardiser.** Faute de quoi, le process de standardisation sera trop long.

L'interopérabilité des outils, existants et futurs

Les marques, comme des fournisseurs de leurs chaînes de valeur, utilisent des systèmes d'information internes différents. Ces outils sont plus ou moins structurés, matures et fiables. **Une première priorité est d'organiser les données internes et leur accessibilité.** Certains n'ont pas de compétences IT en interne et sous-traitent cette partie. **Il est indispensable que les systèmes d'information internes des marques soient en place, qu'ils puissent échanger avec leurs fournisseurs avant d'aborder l'interopérabilité avec les solutions de traçabilité ainsi que d'autres outils externes (e.g. les certifications par exemple).** Cela est nécessaire pour éviter les saisies manuelles et les doubles saisies, qui sont chronophages et peuvent générer des erreurs. De la même manière, **les solutions devront elles aussi être interopérables entre elles, afin d'éviter une fatigue des fournisseurs face à la multiplicité des solutions** et d'éviter les erreurs de saisie manuelle.

La vérification des données

Les informations collectées à travers les solutions de traçabilité sont en grande partie déclaratives. Certaines données sont parfois vérifiées de façon automatisée, par exemple concernant les certificats des usines. La vérification reste donc très limitée et d'importants progrès sont à réaliser en la matière, d'autant que les marques n'ont pas toujours la capacité d'effectuer la vérification des données du fait d'un manque de ressources, de connaissances ou encore de temps...).

La gestion de la confidentialité

Les entreprises attendent de la solution de traçabilité qu'elle facilite la vérification pour permettre son amélioration. Il est important de noter qu'une solution de traçabilité n'est pas responsable légalement de la véracité des données collectées. Cette responsabilité reste celle de la marque et constitue un point de vigilance majeur au regard des exigences réglementaires grandissantes.

La confidentialité des données est un point qui peut rendre la traçabilité plus difficile car chaque acteur n'y voit pas les mêmes enjeux. Certains fournisseurs produisent pour des marques mais ils peuvent également avoir leur

marque propre. Aussi, ils ne souhaitent pas que leurs clients puissent connaître leurs propres fournisseurs. De même, lorsqu'un trader entre dans la chaîne, il souhaite conserver sa traçabilité. Là encore, les relations qu'entretiennent les marques avec leurs fournisseurs semblent être primordiales. Partenariat de long-terme, relation stable, anticipation des volumes d'affaire, mise en place de contrats, sont autant d'éléments qui semblent faciliter la mise en œuvre de la traçabilité.

La traçabilité, telle qu'exigée par le décret d'application de l'article 13 de loi AGEC, impose uniquement le pays des étapes de confection, teinture et impression et tissage et non les informations détaillées du fournisseur. Chaque acteur de la chaîne peut rester propriétaire de ses données et de leur confidentialité.

La motivation de la chaîne de valeur

Il a souvent été mentionné la difficulté à engager les fournisseurs dans la chaîne de valeur. Ce frein est fortement lié au relationnel des marques avec leurs fournisseurs, notamment le volume d'affaire, ainsi qu'à leur connaissance de leurs chaînes de valeur. Il est également lié aux difficultés rencontrées par les marques pour expliquer les exigences réglementaires purement nationales à leurs fournisseurs. Par ailleurs, les solutions de traçabilité n'ont également pas forcément réfléchi ou mis en place des systèmes de motivation des fournisseurs pour faciliter la collecte de données.

- **Les freins économiques**

Les freins économiques sont relatifs aux difficultés rencontrées dans la lecture des offres des solutions de traçabilité, l'accessibilité de celles-ci ou encore par rapport aux différents modèles économiques.

Concernant la lisibilité des offres des solutions de traçabilité, il est ressorti que :

Les offres commerciales des solutions sont peu compréhensibles

Les solutions de traçabilité proposent des offres commerciales très diverses et qui ne sont pas toujours claires. Certaines se basent sur le nombre de références à tracer, d'autres sur le chiffre d'affaires, certaines sur le nombre de fournisseurs directs, etc. Les prix proposés ne sont pas toujours cohérents avec les attentes du marché. De plus, compte tenu de ces diverses offres, il est difficile de les comprendre et de les comparer.

Les fournisseurs ne sont pas toujours intégrés comme parties prenantes

Bien qu'étant une partie-prenante essentielle pour la mise en œuvre de la traçabilité, les fournisseurs ne sont pas toujours intégrés à la réflexion. Leurs besoins ne sont donc pas pris en compte dans l'offre initiale.

Concernant l'accessibilité des offres des solutions de traçabilité, il est ressorti que :

La rentabilité est difficile à appréhender

Il est souvent difficile pour les marques d'appréhender la rentabilité d'une solution de traçabilité. Certaines entreprises réalisent une traçabilité, de manière manuelle à l'aide de fichiers Excel par exemple, et doivent dans un premier temps évaluer leurs coûts humains/temps liés à cette traçabilité interne, pour les comparer aux prix des solutions de traçabilité. D'autre part, compte-tenu du prix des solutions de traçabilité, les entreprises rencontrent des difficultés à apprécier la rentabilité que pourrait leur apporter de tels outils digitaux.

Le prix des solutions n'est pas accessible à toutes les entreprises

À ce jour, les offres tarifaires des solutions ne sont pas accessibles pour toutes les tailles d'entreprises. Certaines entreprises feront donc marche-arrière et préféreront gérer la traçabilité manuellement. Cette réalité se double par une charge de travail supplémentaire d'autant plus lourde qu'elle se double, souvent pour les PME, par un manque de compétences internes pour mener à bien de tels projets.

La participation financière des fournisseurs n'est pas toujours requise

Les solutions de traçabilité et les marques font souvent le choix de ne pas intégrer les fournisseurs dans l'offre commerciale, jugeant qu'ils sont déjà suffisamment impactés en termes de temps humain. Cependant, cela pose la question de ce que la solution apporte comme valeur ajoutée aux fournisseurs dans la chaîne de valeur.

4. Recommandations

Le pilote traçabilité de l'Habillement est une initiative inédite de la filière qui porte sur un sujet pionnier. Les enseignements sont nombreux, venants à la fois du pilote en tant que tel mais aussi de chaque partie prenante qui le constitue (entreprises, fournisseurs, solutions de traçabilité).

Une partie de ces enseignements ont été formalisés à travers une liste (non exhaustive) de leviers pour faciliter la mise en place de la traçabilité dans la filière mode et luxe française.

Ci-dessous figurent les leviers qui sont apparus comme prioritaires et souvent communs aux différentes parties prenantes :

La mise en place de solutions de traçabilité est indispensable

La traçabilité est un outil indispensable pour l'établissement d'une mode responsable. Il s'agit néanmoins d'une démarche complexe et coûteuse que peu d'entreprises peuvent assumer. Il sera essentiel de pouvoir soutenir les marques dans cette démarche.

La nature des données à tracer

Le pilote a permis d'engager une démarche essentielle. Mais il conviendrait d'aborder une autre question fondamentale : quelles données pour quel objectif ? La traçabilité peut être utilisée pour tracer la localisation géographique, les substances dangereuses, l'impact environnemental, le respect des droits humains, la qualité des matières et des intrants, les émissions de CO², les piliers de l'éco-conception, l'utilisation de l'eau, la biodiversité, la circularité, etc.....

Il semble important que des échanges approfondis s'engagent entre le CSF Mode & Luxe et les pouvoirs publics pour établir des priorités. Le sujet est trop vaste pour être résolu en une seule fois.

La création d'un guide méthodologique

Afin de faciliter la mise en place de la traçabilité, la création d'un guide méthodologique semble être indispensable. Il s'agit de faire preuve de pédagogie auprès des entreprises afin qu'elles puissent se saisir du sujet. Ce guide devrait mettre en évidence :

- o Un rappel des grands objectifs de la traçabilité : réglementation, allégations, diminution de l'impact environnemental
- o Les points importants à prendre en compte pour le choix d'une solution de traçabilité, pour la prise de décision
- o Les bonnes pratiques à suivre pour le déploiement
- o Un glossaire

La standardisation des données

La standardisation des données est apparue comme l'un des leviers importants. La standardisation est le fait d'harmoniser la sémantique des données mais aussi leur format en vue d'en faciliter l'échange entre plusieurs parties prenantes d'une filière/marché. Néanmoins, il faudra au préalable définir les données clés et stratégiques comme évoqué ci-dessus.

L'objectif serait alors de définir un standard/une liste de standards de traçabilité commun(s) à tous les acteurs de la filière. Cette initiative contribuerait notamment à préparer les futures réglementations européennes. Il serait nécessaire de qualifier le niveau de données attendu d'un point de vue réglementaire, par maillon, en collaboration avec des représentants internationaux.

Le développement de l'interopérabilité

Par la suite, l'interopérabilité devra elle aussi être travaillée. Il s'agit d'un sujet complexe compte tenu de la multiplicité et l'hétérogénéité des solutions. Un travail complémentaire serait nécessaire sur des cas pratiques de filière fibre-marque afin de mettre en évidence les solutions techniques qui pourraient être mobilisées pour partager des données. Le prérequis serait également que les entreprises structurent leurs données internes, idéalement avec des outils informatiques.

La définition d'indicateurs de performance

Une autre recommandation, serait de définir les indicateurs de performance liés à la traçabilité et de les partager avec les parties prenantes (marque / solution de traçabilité / fournisseurs).

Le déploiement d'un système de vérification

Côté marques, une vérification des informations semble essentielle pour :

- Garantir la confiance dans les données de la chaîne de valeur
- Répondre aux obligations légales (devoir de vigilance, AGEC, etc.)
- Fournir des informations fiables au consommateur

Les preuves à apporter pour soutenir des allégations peuvent être de différentes natures. Un travail d'éclaircissement est nécessaire. L'encadrement de la confidentialité des données

Du point de vue des fournisseurs, l'un des points qui a impacté directement l'indice de traçabilité est la gestion de la confidentialité des données, les marques ayant une visibilité sur l'ensemble des maillons de la chaîne grâce aux solutions. Un standard pour la gestion de la confidentialité des informations entre les partie-prenantes semble indispensable pour faciliter de la traçabilité.

5. Conclusions et perspectives

Le déploiement d'un pilote de traçabilité de façon collaborative au niveau de la filière est une initiative inédite et innovante pour toutes les parties prenantes.

Ce projet a permis d'identifier les difficultés liées à la mise en place de la traçabilité, mais aussi et surtout d'aboutir à des réussites collectives.

La mode française vit depuis quelques années une page importante de son histoire : la transformation responsable de son modèle. Un des points clés de cette transformation réside dans la capacité des entreprises à collecter, analyser et agir sur les données spécifiques de toute la chaîne de valeur.

S'agissant du marché, les consommateurs sont en quête d'information sur les produits qu'ils achètent. Selon la dernière étude IFM x Première Vision, le manque d'information est un frein à la consommation de mode éco-responsable pour plus de 40% des Français⁹. De même les réglementations nationales et internationales (AGEC, Uyghur Forced Labor Prevention Act, ESPR, ...) accélèrent la pression et les demandes en matière de traçabilité. Enfin et surtout, l'accès aux données de la chaîne de valeur est indispensable pour piloter la performance économique, environnementale et sociale des marques.

La clé pour répondre à ces attentes de marché est d'adopter un système de traçabilité. Il permet d'enrichir les informations et ainsi la valeur réelle et perçue d'un produit tout au long de son cycle de vie. De l'origine des fibres au point de vente bien sûr, mais aussi jusqu'à sa fin de vie.

Si les avantages de la traçabilité sont nombreux, le pilote a montré que la mise en place de systèmes de traçabilité en est encore à ses prémices.

Il reste encore beaucoup de leviers à engager. Ils concernent notamment :

- La traçabilité interne :
 - Technique : structuration et accès aux données, ...
 - Humain : organisation, sensibilisation/formation, ...
- La traçabilité externe
 - Choix des données à tracer
 - Technique : standardisation, interopérabilité, ...
 - Humain : collaboration, motivation de la chaîne de valeur, ...

Pour faciliter le déploiement de la traçabilité chez l'ensemble des parties prenantes, la collaboration au sein de l'écosystème sera essentielle. C'est dans cette perspectives que les institutions porteuses du pilote ont commencé à réfléchir aux suites à donner.

La diffusion des enseignements du pilote à l'ensemble de la filière s'impose comme une priorité à court terme. L'un des objectifs du pilote était en effet de « favoriser un partage d'expérience pour tirer des recommandations afin d'accompagner et accélérer la mise en œuvre de la traçabilité dans la filière ».

Deux actions doivent être élaborées à court terme :

- La diffusion d'une fiche synthétique reprenant les principaux enseignements

⁹ Source: Etude IFM x Première Vision <https://www.premierevision.com/fr/magazine/etude-premiere-vision-x-ifm-les-consommateurs-face-a-la-mode-eco-responsable/>

- L'organisation d'un webinaire ouvert à l'ensemble de la filière

La création d'un guide méthodologique pour faciliter le déploiement de la traçabilité et l'organisation d'une journée de sensibilisation auprès des entreprises de la filière sont également envisagés.

La filière habillement devrait envisager de nouvelles étapes :

- Définir les données prioritaires qui doivent faire l'objet d'une traçabilité, entre exigences réglementaires et baisse opérationnelle de l'impact environnemental ;
- Explorer les conditions techniques d'interopérabilité
- Travailler à la standardisation des données prioritaires de traçabilité apparaît comme un élément important.

Le pilote traçabilité de l'habillement représente aujourd'hui une étape clé qui permettra d'accélérer la mise en œuvre de la traçabilité au sein de la filière. Son caractère collaboratif innovant a permis d'identifier un certain nombre de leviers et d'engager de multiples acteurs. Les prochains mois devraient voir éclore de nouvelles initiatives sur le sujet.

GLOSSAIRE

Référence : Il s'agit d'une codification produit interne qui identifie un produit en interne. Ces références sont uniques à l'entreprise et permettent de suivre facilement les données relatives à celui-ci.

Commande :

C'est un document commercial établi entre le vendeur et le fournisseur. Il permet de dresser les contours d'une vente et d'engager les deux parties. Il matérialise l'intention d'achat d'un produit.

Périmètre :

Le périmètre de traçabilité correspond à l'ensemble des étapes et maillons de la chaîne d'approvisionnement que le pilote va tracer. Ce périmètre est défini en amont du projet.

Rang :

Le rang indique la proximité de la marque (produit fini) avec le fournisseur : plus le rang est faible plus l'étape est proche du produit fini, plus le rang est élevé plus l'étape est éloignée du produit fini. Un fournisseur de rang 1 est celui qui produit, assemble ou finalise le produit commercialisé. Dans l'industrie textile, le fournisseur de rang 1 est généralement celui qui réalise l'étape de confection.

- Rang 1 : Confection
- Rang 2 : Tissage/Tricotage
- Rang 3 : Filature
- Rang 4 : Matière première

Traçabilité montante / ascendante :

Elle définit une traçabilité réalisée en partant du produit fini (rang 0) jusqu'à l'étape de production la plus éloignée possible (généralement la matière première). Ce type de traçabilité est utile aux marques ayant une visibilité limitée de l'ensemble de leurs fournisseurs et nécessite la coopération des différents acteurs de la chaîne de valeur.

Traçabilité descendante :

Elle définit une traçabilité réalisée depuis l'amont de la chaîne de valeur (matière première) jusqu'au produit fini. Cette traçabilité est adaptée pour les marques ayant de bonnes connaissances et compréhension de leur chaîne de valeur. Cette traçabilité peut être réalisée avec des plateformes de collecte de données ou des marqueurs physiques (marquage laser du cuir, marqueurs matières, etc.).

Upcycling :

Dans le cas présent de l'expérimentation du pilote et en l'absence de définition réglementée, l'upcycling ou surcyclage signifie « recycler par le haut ». Il s'agit de valoriser des produits existants, en les transformant en de nouvelles pièces dont la valeur est supérieure.

Trader (négociant en français) :

Le trader est un marchand ou négociant. Cela veut dire qu'il achète et vend des actifs pour le compte de ses clients. Il n'effectue aucune transformation sur le produit.

INDEX DES TABLEAUX

TABLEAUX

Tableau 1 - Liste des entreprises participantes.....	9
Tableau 2 - Étapes du pilote	10
Tableau 4 - Grille de notation.....	28
Tableau 5 – Notes par solution	30
Tableau 6 – Notes par solution et critère.....	30
Tableau 7 - Résultats des votes	32
Tableau 8 - Cadrage produit.....	41
Tableau 9 - Typologie des achats des entreprises participantes	42
Tableau 10 - Performance de la traçabilité par maillon et solution.....	43
Tableau 11 - Indice de traçabilité	44
Tableau 12 - Collecte des données pour répondre aux exigences de l'article 13 de la Loi AGEC.....	45
Tableau 13 - Collecte de données environnementales.....	45
Tableau 14 - Analyse de la performance des solutions par rapport aux exigences du cahier des charges	47
Tableau 15 - Indice de traçabilité VS certification.....	48
Tableau 16 - Indice de traçabilité VS ancienneté de la relation avec le fournisseur.....	49
Tableau 17 - Indice de traçabilité VS typologie d'achats.....	49
Tableau 18 - Indice de traçabilité VS origine de l'assemblage.....	50
Tableau 19 - Indice de profondeur de la chaîne de valeur.....	51
Tableau 20 - Indice de complexité de la chaîne de valeur.....	52

INDEX DES FIGURES

Figure 1. - Notation des solutions - 1 ^{ère} étape du projet traçabilité.....	31
--	----

L'ADEME EN BREF

À l'ADEME - l'Agence de la transition écologique -, nous sommes résolument engagés dans la lutte contre le réchauffement climatique et la dégradation des ressources.

Sur tous les fronts, nous mobilisons les citoyens, les acteurs économiques et les territoires, leur donnons les moyens de progresser vers une société économe en ressources, plus sobre en carbone, plus juste et harmonieuse.

Dans tous les domaines - énergie, économie circulaire, alimentation, mobilité, qualité de l'air, adaptation au changement climatique, sols... - nous conseillons, facilitons et aidons au financement de nombreux projets, de la recherche jusqu'au partage des solutions. À tous les niveaux, nous mettons nos capacités d'expertise et de prospective au service des politiques publiques.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle du ministère de la Transition écologique et du ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.

LES COLLECTIONS DE L'ADEME



FAITS ET CHIFFRES

L'ADEME référent : Elle fournit des analyses objectives à partir d'indicateurs chiffrés régulièrement mis à jour.



CLÉS POUR AGIR

L'ADEME facilitateur : Elle élabore des guides pratiques pour aider les acteurs à mettre en œuvre leurs projets de façon méthodique et/ou en conformité avec la réglementation.



ILS L'ONT FAIT

L'ADEME catalyseur : Les acteurs témoignent de leurs expériences et partagent leur savoir-faire.



EXPERTISES

L'ADEME expert : Elle rend compte des résultats de recherches, études et réalisations collectives menées sous son regard.



HORIZONS

L'ADEME tournée vers l'avenir : Elle propose une vision prospective et réaliste des enjeux de la transition énergétique et écologique, pour un futur désirable à construire ensemble.



Retour d'expérience du pilote traçabilité habillement (2020-2022) coordonné par le DEFI

Ce rapport présente le déroulement et les enseignements du pilote traçabilité mené entre 2020 et 2022 par la filière de l'habillement dans le cadre du projet traçabilité du Comité Stratégique de Filière Mode & Luxe.

Le projet a été réalisé grâce au soutien du DEFI, plateforme de financement et de développement de la mode française, et de l'ADEME. Il a été porté par le DEFI et les Fédérations du secteur - Alliance du Commerce, Fédération de la Haute Couture et de la Mode, Promincor Lingerie Française, Union Française des Industries Mode & Habillement - et piloté par la société Cose361.

